



Coleção de Teses,  
Dissertações  
e Monografias

de Servidores do Senado Federal

2010

Monografia

Projeto de Visita  
do Parlamento  
Brasileiro:  
Construção de uma  
nova imagem

Walesca Borges da Cunha e Cruz





# Coleção de Teses, Dissertações e Monografias

de Servidores do Senado Federal

---

## 2010

### Monografia

---

Projeto de Visita  
do Parlamento  
Brasileiro:  
Construção de uma  
nova imagem

Assista ao DVD com  
uma visita virtual na  
contracapa

Walesca Borges da Cunha e Cruz





SECRETARIA ESPECIAL DE EDITORAÇÃO E PUBLICAÇÕES

DIRETOR

*Florian Augusto Coutinho Madruga*

DIRETOR DA SUBSECRETARIA INDUSTRIAL

*José Farias Maranhão*

DIRETOR DA SUBSECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO, SUPRIMENTO  
DE MATÉRIAS-PRIMAS E DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO

*Luiz Carlos da Costa*

DIRETORA DA SUBSECRETARIA DE EDIÇÕES TÉCNICAS

*Anna Maria de Lucena Rodrigues*

DIRETOR ADJUNTO

*André Luiz Rodrigues Santana*

EQUIPE EDITORIAL

PROJETO GRÁFICO E EDITORAÇÃO

Serviço de Impressão Eletrônica (SEIMEL) da Secretaria Especial de Editoração e Publicações (SEEP)

CAPA

Subsecretaria de Projetos Especiais (SUPRES) da Secretaria Especial de Comunicação Social (SECES)

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Secretaria Especial de Editoração e Publicações (SEEP)

Ficha catalográfica feita por Fabrícia da Silva Costa Feitosa

ISBN: 978-85-7018-335-4

---

Cruz, Walesca Borges da Cunha e.

Projeto de visita do parlamento brasileiro : construção de uma nova imagem / Walesca Borges da Cunha e Cruz. – Brasília : Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2010.

76 p. – (Coleção de Teses, Dissertações e Monografias de Servidores do Senado Federal)

1. Parlamento brasileiro. 2. Marketing institucional. 3. Poder Legislativo. I. Título. II. Série.

---

CDD 320



SENADO FEDERAL

MESA DIRETORA  
Biênio 2009/2010

Senador **José Sarney**  
Presidente

Senador **Marconi Perillo**  
1º Vice-Presidente

Senadora **Serys Shessarenko**  
2ª Vice-Presidente

Senador **Heráclito Fortes**  
1º Secretário

Senador **João Vicente Claudino**  
2º Secretário

Senador **Mão Santa**  
3º Secretário

Senadora **Patrícia Saboya**  
4ª Secretária

### Suplentes de Secretário

Senador **César Borges**  
Senador **Adelmir Santana**  
Senador **Cícero Lucena**  
Senador **Gerson Camata**

**Haroldo Feitosa Tajra**  
Diretor-Geral

**Claudia Lyra Nascimento**  
Secretária-Geral da Mesa



## APRESENTAÇÃO

É com satisfação que saúdo os vencedores do concurso de teses, dissertações e monografias realizado entre os servidores do Senado Federal. É gratificante constatar que um grande número de servidores continua se aperfeiçoando, depois de ingressar em nossos quadros. Isso demonstra a vitalidade da busca pelo conhecimento e a disposição de aprimoramento profissional.

O variado elenco de matérias abordadas, que vão da questão das pesquisas de opinião à da judicialização da política no Direito Eleitoral – matéria que está sendo objeto de exame pela Comissão Especial para a Elaboração de Projeto do Novo Código Eleitoral, presidida pelo Ministro Dias Toffoli –, demonstra também a pluralidade das competências de nossos servidores, que formam um dos melhores conjuntos do funcionalismo público brasileiro.

A todos que concorreram e apresentaram suas teses, dissertações ou monografias, eu agradeço o esforço e parabênizo pelas conquistas acadêmicas

**Senador José Sarney**  
Presidente do Senado Federal



## INTRODUÇÃO

É com grande satisfação e com muito orgulho que apresentamos ao leitor os textos que inauguram a Coleção de Teses, Dissertações e Monografias de Servidores do Senado Federal, selecionados como os melhores entre os mais de 50 trabalhos acadêmicos que atenderam ao chamado do concurso lançado este ano pela primeira vez.

É gratificante, efetivamente, uma satisfação e um orgulho poder constatar a qualidade do corpo de servidores desta Casa, que se manifesta de forma insofismável em todos os trabalhos apresentados e, de forma excelente, naqueles que foram enfim premiados com a publicação.

E não se trata aqui apenas de um orgulho superficial e de uma satisfação benevolente. Essa qualidade de nosso corpo técnico-administrativo – não há exagero em dizê-lo – é um ingrediente indispensável da força de nosso Parlamento. E, vale lembrar, um Parlamento sólido é essencial para a nossa saúde democrática.

Entre os muitos papéis que cumpre o Parlamento, o de ser o fórum para onde convergem os grandes debates nacionais é, certamente, um dos mais fundamentais. É aqui, na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, que reverberam as diversas vozes em que se exprime nossa sociedade. Deputados e Senadores são os portadores dessas vozes múltiplas, plurais, que manifestam os pontos de vista igualmente múltiplos e plurais de nossa sociedade – e esse é o papel fundamental da representação política.

Mas para que esse debate seja frutífero, é preciso mais do que a política – e é aí que poder contar com um corpo técnico qualificado e atualizado, bem formado e bem informado, torna-se fundamental para o exercício pleno do mandato que recebemos dos cidadãos. Como bem demonstra o resultado deste primeiro concurso de teses, dissertações e monografias, podemos dizer que temos a ventura de satisfazer com brilho essa condição.

Este ano, premiamos dez trabalhos que se destacaram por sua excelência.

Na categoria “teses de doutorado”, Ana Lúcia Coelho Romero Novelli estuda o fenômeno da opinião pública brasileira a partir de seu relacionamento com o Congresso Nacional, tema de alta relevância tanto para entendermos e avaliarmos os processos que caracterizam a formação da opinião pública, quanto para avaliarmos o próprio Parlamento, instituição cujo funcionamento, por natureza, tem uma sensibilidade peculiar à forma como é percebido pela opinião do público. Maria Cláudia Barbosa de Oliveira Drummond, por sua vez, aborda o tema atualíssimo dos parlamentos de integração, e a questão que tende

a crescer na nossa agenda de discussões, à medida que a integração política dos países do Mercosul for avançando, é do déficit democrático nas relações internacionais.

Na categoria “dissertações de mestrado”, três servidores foram contemplados com a publicação de seus trabalhos. Mellina Motta de Paula Bernardes parte de sua experiência na Casa para refletir sobre a ocorrência de interfaces entre as competências do Senado Federal, estudando uma das recomendações apresentadas no relatório final da CPI dos Títulos Públicos. Paulo Fernando Mohn e Souza e Thales Chagas Machado Coelho, por sua vez, trazem contribuições ao entendimento de duas questões importantes e de amplo alcance, o primeiro sobre o princípio de subsidiariedade como princípio de organização do Estado e sua aplicação no federalismo, o segundo sobre o princípio de moderação e seu papel na legitimação do controle judicial da constitucionalidade das leis.

Na categoria “monografias de pós-graduação”, Arlindo Fernandes de Oliveira e Flávia Cristina Mascarenhas Magalhães abordam, em seus trabalhos, dois lados das cada vez mais complexas relações entre a esfera jurídica e a esfera política, o primeiro tratando do tema do “judiciário legislador”, a segunda estudando a judicialização da política a partir da análise da evolução do Direito Eleitoral brasileiro entre 2002 e 2008. Carlos Eduardo Rodrigues Cruz realiza um estudo comparado dos sistemas de controles internos dos diversos Poderes para discutir a real necessidade de sua integração e a melhor forma de institucionalizá-la. Luiz Carlos Santana de Freitas estuda a delicada questão do controle normativo da mídia do Congresso Nacional, que, por sua natureza e para cumprir sua finalidade republicana, está forçada a caminhar por um caminho mais estreito do que a mídia em geral, o que não deixa de ter reflexos sobre a atividade jornalística. Por fim, Walesca Borges da Cunha e Cruz mostra, em seu trabalho, como o projeto de visita do Parlamento brasileiro tem colaborado para a construção de uma nova imagem, mais positiva, do Congresso Nacional, constituindo-se em peça importante da relação entre as instituições e os cidadãos e contribuindo, assim, para a transparência e para o aperfeiçoamento da cultura político-democrática entre nós.

Como se vê, o leque de temas é amplo e variado – tão amplo e tão variado quanto é a própria atividade parlamentar, que necessita, para além dessa variedade, de permanente atualização. É reconfortante sabermos, como parlamentares, que temos à nossa volta colaboradores constantemente envolvidos em aprimorar seu trabalho – e o nosso trabalho – por meio da reflexão e da produção de novo conhecimento.

Lançamos hoje a primeira mostra da valiosa contribuição de nossos servidores à produção desse conhecimento sem o qual o nosso exercício da atividade parlamentar ficaria, sem sombra de dúvida, prejudicado. Tenho certeza de que, nos próximos anos, com o crescimento desta coleção, teremos ainda mais motivos de nos orgulhar de nosso corpo de servidores e de sua capacidade de contribuir para o aprimoramento desta instituição – o Parlamento –, que é o coração mesmo da democracia.

A todos os premiados, deixo aqui minhas congratulações e meus sinceros agradecimentos pelo excelente trabalho que realizam.

**Senador Heráclito Fortes**

1º Secretário do Senado Federal



**SENADO FEDERAL  
UNIVERSIDADE DO LEGISLATIVO  
BRASILEIRO (UNILEGIS)**

**WALESCA BORGES DA CUNHA E CRUZ**

**PROJETO DE VISITA  
DO PARLAMENTO BRASILEIRO:  
Construção de uma nova imagem**

**Brasília • 2008**



## **PROJETO DE VISITA DO PARLAMENTO BRASILEIRO: Construção de uma nova imagem**

*Trabalho final apresentado para aprovação no curso de pós-graduação lato sensu em Comunicação Legislativa, realizado pela Universidade do Legislativo Brasileiro – UNILEGIS, e Universidade Federal do Mato Grosso do Sul como requisito para obtenção do título de especialista em Comunicação Legislativa no primeiro semestre de 2008.*

**BRASÍLIA  
2008**



## **PROJETO DE VISITA DO PARLAMENTO BRASILEIRO: Construção de uma nova imagem**

*Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em  
Comunicação Legislativa realizado pela Universidade  
do Legislativo Brasileiro no 1º semestre de 2008.*

*Aluna:* Walesca Borges da Cunha e Cruz

### **Banca Examinadora:**

Prof. Mestre Marcos Dantas de Moura Magalhães

*Orientador*

Prof. Mestre José Ribamar Rodrigues

*Convidado*

Brasília, 27 de novembro de 2008



## AGRADECIMENTO

*Ao mestre Marcos Magalhães, o qual me orientou com sabedoria e simplicidade, e aos colegas de curso que colaboraram de forma decisiva para a conclusão.*



## RESUMO

Por meio de pesquisas de campo (questionários e entrevistas) e bibliográfica, este estudo, especialmente pautado na pesquisa de campo e na coleta de dados (por ser um tema inédito) e menos no campo teórico (pelo fato de haver poucas fontes bibliográficas no campo teórico tanto do marketing institucional quanto do marketing turístico) tem como objetivo lançar luzes numa área nova e averiguar o impacto do projeto de visita na construção da imagem positiva do Parlamento a partir das informações passadas ao visitante durante a visita ao Congresso Nacional, chamando especial atenção ao fato de alertar para a responsabilidade de cada cidadão na composição do Parlamento. Assim, averiguou-se a parcela dos visitantes quanto à imagem modificada com as informações recebidas durante a visita; se os visitantes gostariam de ter mais informações sobre o Processo Legislativo; se de fato as pessoas confundem os Poderes que compõem o Estado; se a conduta de alguns parlamentares contamina a imagem que a sociedade tem do Legislativo; e, finalmente, se, apesar de todos os problemas que o projeto enfrenta, é de fato uma ferramenta estratégica importante por se tratar de um contato interpessoal com o público. Diferentemente dos outros meios de comunicação, deve-se atentar para o fato de não se tratar de passar uma imagem falsa ou maquiada do parlamento, mas de utilizá-lo da forma mais transparente possível para que o público faça o seu julgamento só que com mais responsabilidade, ciente da parcela que lhe cabe no processo democrático.

**Palavras-chave:** Imagem Positiva, Parlamento Brasileiro, Transparência, Visita Institucional.

Using different kinds of researches, such as questionnaires and interviews, and also the Literature, this study aims to analyze the positive image of the Parliament.

Observing that the basis of the information is constructed when the person visits the Brazilian National Congress. The responsibility of every citizen in the composition of Parliament is the most important fact. So, the conceptions of the visitors about the Parliament changed according to the information received during the visit.

If the visitors would like to have more information about the legislative process; if in fact the people confuse the powers that make up the state; if the conduct of some people from the Parliament contaminates the image that society has of the Legislative. Finally, despite all the problems that the Project of visiting the Parliament faces, the opinions of the visitors is, in fact, an important strategic tool. Visiting the Parliament is a way of having an interpersonal contact with the public.

This strategy is totally different from the others, because there is a false image of the Parliament. During the visit the visitors see the reality. So, the researchers use it as transparently as possible in order to make the public more responsible about the democratic process.

**Key words:** Brazilian Parliament, Positive Image, Transparency, Institutional Visit.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Como tomou conhecimento desta visita?

Gráfico 2 – Qual a sua opinião sobre o Legislativo Brasileiro antes de fazer a visita?

Gráfico 3 – A visita contribui de que forma para a melhoria da imagem que tinha do deste parlamento?

Gráfico 4 – Se fizesse mudança para se sentir mais interado com o Parlamento, qual aspecto consideraria insatisfatório?

Gráfico 5 – Relativamente às informações sobre a composição, função e atuação do Parlamento, as suas expectativas foram atendidas e de que forma?

Gráfico 6 – A visita contribui de alguma forma para a melhoria da Imagem que os grupos que você acompanha tinham antes de participar do Projeto?

Gráfico 7 – O que muda, ou seja, você percebe a mudança na opinião das pessoas em relação a que aspecto principalmente?

Gráfico 8 – Como você se sente no final de cada visita?

Gráfico 9 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2004

Gráfico 10 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2005

Gráfico 11 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2006

Gráfico 12 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2007

Gráfico 13 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2008



## SUMÁRIO

	<b>Pág.</b>
INTRODUÇÃO .....	23
I – PATRIMONIALISMO: MARCA HISTÓRICA DO PARLAMENTO BRASILEIRO.....	25
II – BUSCA DA ÉTICA COMO NOVA POSTURA DO PARLAMENTO BRASILEIRO.....	27
2.1 O desconhecimento dos papéis do Legislativo.....	28
2.2 A Democratização da Informação como direito fundamental.....	30
2.3 A transparência das informações.....	31
2.4 Ações para a viabilização desses direitos.....	31
2.5 A nova ordem social mundial e os caminhos da comunicação .....	31
III – A SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E A CONTRIBUIÇÃO QUE O PROJETO DE VISITA INSTITUCIONAL DO CONGRESSO NACIONAL CON- FERE À CONSTRUÇÃO DE UMA IMAGEM POSITIVA DO PARLAMENTO BRA- SILEIRO.....	33
3.1 Agência Senado.....	34
3.2 Jornal do Senado.....	34
3.3 Rádio Senado.....	35
3.4 TV Senado.....	35
3.5 Projetos especiais.....	35
3.6 Pesquisa e opinião pública.....	35
3.7 Divulgação e integração.....	36
3.8 Secretaria de Relações Públicas.....	36
3.8.1 O Projeto de Visita Institucional.....	37
IV – METODOLOGIA.....	41
V – ANÁLISE DE DADOS DA PESQUISA.....	43

	<b>Pág.</b>
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS.....	69
APÊNDICE 1 – FORMULÁRIO AO VISITANTE.....	71
APÊNDICE 2 – FORMULÁRIO COM OS GUIAS.....	73

## INTRODUÇÃO

Esta pesquisa, cujo tema é “Projeto de visita do Parlamento Brasileiro – construção de uma nova imagem”, tem como objetivo constatar a contribuição que o projeto de visita institucional do Congresso Nacional confere à possível construção de uma imagem positiva do Parlamento Brasileiro.

Para alcançar o propósito em epígrafe, será imprescindível analisar gráficos e dados referentes ao projeto como número de visitantes por ano, mês, dia; avaliar o seu alcance e compreender os motivos que levam o cidadão a ter uma nova imagem da instituição, auxiliando também na constatação do que pode ser feito para melhorar a transparência desta instituição; demonstrar a importância do projeto; descrever a sua trajetória e seus ganhos efetivos; elaborar questionários e entrevistas para avaliar o impacto da visita na melhoria da imagem desta instituição antes da visita; entender até que ponto as informações transmitidas durante a visita podem ser efetivas para a construção de uma imagem positiva e inferir o grau de importância do *Visite* no processo. Enfim, pretende-se mensurar as reais possibilidades de abrangência do projeto de visita e verificar o que pode ser feito para melhorar e otimizar o que se tem sido feito até hoje.

A presente análise pretende responder à indagação problemática: qual a contribuição que o projeto de visita institucional do Congresso Nacional confere à possível construção de uma imagem positiva do Parlamento Brasileiro?

As visitas disponibilizam aos cidadãos mais informações, podendo modificar a postura e, por consequência, a imagem da instituição quando o Parlamento assume a responsabilidade de assegurar e facilitar o acesso do cidadão ao direito de ser informado. Além de conscientizar a sociedade sobre o papel da instituição de legislar e de tomar decisões que afetam diretamente a vida do cidadão, as visitas podem mostrar a importância de se participar mais ativamente do processo de amadurecimento das idéias de transparência e visibilidade da

instituição, além da resposta do Legislativo para as novas exigências de organizações mais comunicantes e não apenas comunicadoras de seus atos.

A escolha deste tema deve-se ao fato de considerar o projeto de visita institucional do Congresso Nacional um diferencial dentro do que podemos avaliar como ferramenta de comunicação institucional e por julgar oportuno discutir a sua contribuição para a construção de uma imagem positiva do Parlamento Brasileiro.

Em se tratando da importância social, esta pesquisa pretende demonstrar aos cidadãos a importância de se participar mais ativamente do processo democrático.

Quanto à relevância acadêmica, pode-se aferir que esta monografia alertará para a necessidade de se saber mais sobre o processo democrático e suas prerrogativas, cuja base é a sociedade brasileira, peça indispensável dessa engrenagem, chamando a atenção também para o fato de que, para que o processo democrático funcione, todos os agentes desse processo devem ter uma parcela de responsabilidade na formação do Parlamento Brasileiro.

A contribuição que a presente análise pretende propiciar é a de mostrar que o cidadão informado está mais apto para escolher de forma mais consciente, contribuindo como responsável, sobretudo na hora de votar. O desconhecimento desses papéis por parte do cidadão pode implicar a imagem distorcida e contaminada do Poder Legislativo e na ausência de uma participação mais efetiva junto ao parlamentar que o representa e aos seus interesses. A partir da consciência de como funciona o processo legislativo, pode-se obter o fortalecimento das instituições e o amadurecimento do processo democrático.

## I – PATRIMONIALISMO: MARCA HISTÓRICA DO PARLAMENTO BRASILEIRO

O tema é bastante abrangente e teríamos muito a discorrer sobre o Patrimonialismo no Brasil, como o faz Raimundo Faoro, no livro “Os Donos do Poder”. Entretanto, o que se pretende é tão-somente situar os fundamentos da política instituída pelos europeus e a maneira como esses fundamentos se perpetuam ajuda a entender as condutas e ações da atualidade na medida em que, ao aproximar do passado, passa-se a compreender comportamentos os quais tendem a permanecer até os dias de hoje.

Já no século XVI, podem-se encontrar alguns elementos que norteavam o comportamento dos homens públicos daquela época, como o patrimonialismo. Herança dos colonizadores, o entrelaçamento do interesse público com o privado, com o uso indevido do patrimônio público pelos agentes do Governo, marcou as relações entre o Governo e a Sociedade.

Há evidentes traços da necessidade de se tirar o máximo proveito da máquina administrativa, do patrimônio público que deveria ter sido preservado e não dilapidado e explorado, como muitas vezes aconteceu.

Cabe aqui uma ilustração: a expressão “Santo do pau oco” nasceu a partir da maneira como os europeus encontravam de levar todo o ouro dentro de santos barrocos, feitos de madeira, e ocultos no interior, por onde começou a evasão de riquezas do Brasil. Atitudes como essas ajudam a entender a falta de ética que muitas vezes norteiam o serviço público: atualmente, ainda existem resquícios dessa marca herdada pelos europeus, sendo comum não só no Brasil, mas em outros países, a adoção de atitudes pouco éticas e o envolvimento de agentes públicos com o uso de recursos públicos de maneira imprópria, abuso de autoridade, corrupção e atitudes carregadas de irregularidades, colaborando para a resistência por parte da sociedade em ter uma imagem positiva das instituições públicas.



## II – BUSCA DA ÉTICA COMO NOVA POSTURA DO PARLAMENTO BRASILEIRO

A reformulação das relações econômicas e comerciais ocorridas nos últimos vinte anos acarretou mudanças significativas no relacionamento entre a sociedade e o Estado. Nesse sentido, pode-se observar uma melhoria no fluxo de informações com o objetivo de aumentar a transparência das ações e de promover a participação do cidadão no processo político mais maduro e transparente.

Junto com essas novas posturas de busca do direito à informação, observa-se uma preocupação maior em relação à promoção da ética na administração pública e a tentativa de motivar a preservação de valores e normas dela decorrentes, como a adoção de regras de comportamento sobre o que o servidor público ou pessoas envolvidas na administração pública devem ou não fazer, bem como do que é permitido ou não para que se chegue a uma finalidade ou bem comum. Estas regras estariam pautadas e fundamentadas em princípios básicos: a moralidade, a impessoalidade, a eficiência, a publicidade e a legalidade, conforme preceitua o artigo 37 da Constituição Federal de 1988.

A função precípua do serviço público deve-se pautar no atendimento dos interesses da coletividade e o agente público deve ter legitimidade para agir e atuar, tendo a idéia: o que é público é comum. No caso de perda de credibilidade do gestor público, haverá, conseqüentemente, a quebra da relação de confiança entre as instituições públicas e a sociedade. Isso pode explicar os motivos da contaminação da imagem que a sociedade tem de determinadas instituições públicas e o seu descrédito. Um dos primeiros passos para a promoção da ética na administração pública brasileira se deu com a Constituição de 1988, passando a estabelecer princípios e normas, atribuições e competências, definindo e redefinindo papéis.

Além dessas novas normas e princípios regulatórios, com a reformulação das relações econômicas e comerciais surgiu o fenômeno da globalização e o processo de modernização do Poder Legislativo Brasileiro como processo natural de busca da melhoria da comunicação e do fluxo de informação entre os legisladores e a sociedade.

Essas mudanças se deram em função da modernização do Poder Legislativo no Brasil, o qual envolveu a utilização e o domínio de ferramentas que buscam criar maior integração do Poder Legislativo por meio de uso mais intensivo da Tecnologia da Informação para melhorar o desempenho das casas legislativas e dos seus legisladores, promovendo-se a sua integração e o seu fortalecimento.

A democratização da informação, verificada nas últimas duas décadas, não só no Poder Legislativo, mas em todos os Poderes que formam o Estado, estabeleceu-se a partir de ferramentas como as TVs e demais meios que fazem parte de suas estruturas de Comunicação Social, as quais tornam suas ações mais transparentes e buscam promover o fluxo de informações de modo que a comunicação se realize em todos os meios sociais e econômicos, chegando por meio do rádio às camadas mais pobres da população brasileira.

Entretanto, mesmo com as mudanças ocorridas em função das novas necessidades de interação e troca, o cidadão brasileiro, na sua maioria, desconhece as funções do Poder Legislativo.

## **2.1 O desconhecimento dos papéis do Legislativo**

O processo democrático pressupõe a existência de um legislativo forte, tendo em sua base a sociedade como peça indispensável dessa engrenagem, preservando-se a vontade da maioria. Entretanto, para a “máquina” e suas engrenagens funcionarem, todos os agentes desse processo têm uma grande parcela de responsabilidade e devem atuar como um dos atores e não apenas como meros espectadores. Para tanto, faz-se necessário o cidadão ter conhecimento das prerrogativas dos Poderes que fazem parte do Estado.

Referindo-se ao caso específico do legislativo, o cidadão, na sua maioria, desconhece as suas funções que ficam bem aclaradas por Antônio Augusto Queiroz, em “Por Dentro do Processo Decisório”, quando afirma:

O Poder Legislativo, o mais transparente dos Poderes, exerce um papel fundamental na Democracia, seja representando o Povo e seus Estados,

seja compartilhando com o Poder Executivo a formulação e a aprovação das políticas públicas, seja mediando conflitos sociais, seja na fiscalização dos Recursos Públicos. (QUEIROZ, 2003, p. 12 -13).

O desconhecimento desses papéis por parte do cidadão pode implicar a ausência de uma participação mais efetiva junto ao parlamentar que o representa e aos seus interesses e numa postura contaminada que não acrescenta ao processo democrático. A falta de informação se refere, inclusive, à formação do Parlamento Brasileiro.

Somente a partir da consciência de como funciona o processo democrático, acompanhada da tomada de posição pelo cidadão da parte que lhe cabe, pode-se ter o fortalecimento das instituições e o amadurecimento do processo democrático bem como a construção de uma imagem institucional positiva.

E a construção dessa nova imagem ocorre a partir de informações disponibilizadas graças à abertura da instituição para uma sociedade menos crítica e mais participativa.

O Poder Legislativo, em especial o Senado Federal, dentro do efetivo exercício da comunicação institucional, definida por Aluizio Ferreira (1997, p. 236), como “toda informação cuja fonte ou proveniência seja uma entidade ou órgão estatal, ou um ente privado que realize atividades que tenha caráter público”, foi pioneiro quando, há cerca de duas décadas, deu passos significativos ao abrir concurso para compor a sua estrutura de Comunicação Social com vistas a otimizar a plena prestação de informações aos vários setores da sociedade brasileira.

Esta nova postura encontra-se alicerçada nas mudanças sociais, econômicas e políticas, ocorridas com a redemocratização do país, nas crescentes e constantes transformações sofridas pela sociedade e na conseqüente mudança de postura do Estado que se viu diante de novas demandas em função do esgotamento do modelo político-representativo, baseado na distância entre representantes e representados o amadurecimento da idéia de transparência e visibilidade e a exigência de um Estado comunicante e não apenas comunicador de seus atos (ALUÍZIO FERREIRA, 1997, p. 237).

Além da postura e da conduta pouco éticas de alguns parlamentares, o desconhecimento desses papéis por parte do cidadão implica a ausência de uma participação mais efetiva junto ao parlamentar que o representa e aos seus

interesses. A falta de informação é patente e se refere, inclusive, à formação do Parlamento Brasileiro que, como bem destaca o mesmo autor:

É organizado em um sistema bicameral, exercido pelo Congresso Nacional, formado pela Câmara dos Deputados, constituído de 513 representantes do Povo e pelo Senado Federal, integrado por 81 Senadores, que representam as 27 Unidades da Federação (IDEM, 1997, p. 13).

Comentar a respeito de comunicação é passar pelo trabalho, o qual deve ser feito no sentido de as pessoas terem acesso às informações de como o Congresso Nacional funciona. A partir da consciência de como funcionam as instituições, tem-se efetivamente o seu fortalecimento e o amadurecimento das suas relações. É sobre esse processo que será abordado em seguida.

“Sem informação, não há cidadania, ou seja, ela é um pré-direito. O Brasil possui muita informação, mas é difícil o seu acesso” (LADISLAU DOWBOR, *apud* JORGE DUARTE, 2008).

## **2.2 A Democratização da Informação como direito fundamental**

O direito à informação é considerado um direito primordial do cidadão, portanto, inalienável.

Entretanto, mesmo com a sofisticação das tecnologias, ainda é elevado o nível de pobreza e a exclusão de significativa parte da população nesse novo cenário. Medidas que possibilitem o crescimento do número de fontes de informação demonstram ser um dos caminhos para a democratização da informação. Neste panorama, os serviços de comunicação buscam cumprir a função de imprimir visibilidade às atividades do Legislativo, ao mesmo tempo em que participam deste esforço pela democratização da informação. Desta forma, torna-se apropriado o planejamento de outras ferramentas de interatividade entre o cidadão e os parlamentares, visando ao esclarecimento das atividades do Senado Federal e da Câmara dos Deputados.

Portanto, se considerar a informação como poder, dentro dos princípios que regem o Estado e Sociedade na defesa da Democracia e da Igualdade de direitos, a concretização desse direito como direito fundamental deve ser um dos pilares da democratização da sociedade. Um dos caminhos para se alcançar esse direito do cidadão e dever do Estado pode ser o de disponibilizar o maior número de meios para manter o cidadão informado.

Quando falamos em democratizar a informação, nos deparamos com a concentração da mídia nas mãos de poucos e nos questionamos: Como democratizar a informação?

## **2.3 A transparência das informações**

Deve ser responsabilidade do Estado assegurar e facilitar o acesso do cidadão ao direito de ser informado. O direito à informação, assim como os direitos fundamentais, possui uma relação direta entre a democratização das informações e o grau de democracia de uma nação.

Tanto mais desenvolvido será um país quanto mais informados forem seus cidadãos. Não se trata apenas do conceito formal de democracia, mas da concepção de democracia direta e participativa. Meios de comunicação mais democráticos possibilitam a existência de uma sociedade mais participativa.

## **2.4 Ações para a viabilização desses direitos**

As Instituições modernas estão se “abrindo” para a sociedade numa tentativa de se mostrarem mais transparentes e de transmitirem as informações necessárias.

Para tanto, contam com estruturas de comunicação implementadas tanto no Executivo quanto no Legislativo e no Judiciário. Convém citar a estrutura de comunicação do Senado Federal. A Secretaria Especial de Comunicação Social e seus veículos viabilizam o acesso à informação, ampliando o direito de o cidadão se comunicar de diversas formas, de modo que o receptor da mensagem, o cidadão, transforma-se também em emissor de mensagens, passando a interagir e a retroalimentar o sistema, ao deixar suas críticas e sugestões. É justamente este exercício de produção de informação que sinaliza o grau de democracia de uma sociedade.

## **2.5 A nova ordem social mundial e os caminhos da comunicação**

“Quem não se comunica se trumbica” (BARBOSA, 1972).

Virá o dia em que a Declaração dos Direitos Humanos terá que abraçar um direito mais amplo que o direito humano à informação, estabelecido pela primeira vez, vinte anos atrás, no artigo 19 da Constituição. Trata-se do direito do homem de se comunicar (DARCY, 1970).

A comunicação é uma atividade relacionada à prestação e divulgação de informações e assuntos, interessados aos diversos públicos, apresentando estas informações da forma mais transparente e objetiva.

O Parlamento representa uma fração de um dos poderes de um Estado que se pretende democrático e transparente. Foi pioneiro quando, há cerca de duas décadas, deu passos significativos, ao abrir concurso para compor a sua estrutura de Comunicação Social, com vistas à plena prestação de informações aos vários setores da sociedade brasileira. Cabe à estrutura de comunicação do Senado, e da Câmara dos Deputados, a tarefa de conscientizar a sociedade sobre o papel da instituição, de legislar e de tomar decisões que afetam diretamente a vida do cidadão, entre elas as normas de direito. O amadurecimento da idéia de transparência e visibilidade toma corpo com as crescentes transformações por que vêm passando as sociedades para o atendimento das novas demandas.

### **III – A SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E A CONTRIBUIÇÃO QUE O PROJETO DE VISITA INSTITUCIONAL DO CONGRESSO NACIONAL CONFERE À CONSTRUÇÃO DE UMA IMAGEM POSITIVA DO PARLAMENTO BRASILEIRO**

“Cada veículo tem a sua linguagem, mas em todos há busca de temas que sejam do interesse do público” (JORGE DUARTE, 2008).

Buscar-se-á situar o projeto de visita institucional dentro de um contexto, onde é responsabilidade do Estado assegurar e facilitar o acesso do cidadão ao direito de ser informado, conscientizar a sociedade sobre o papel da sociedade de legislar e tomar decisões que afetam diretamente o cidadão.

A imagem de uma instituição se constrói a longo prazo, devendo ser permanente e se baseia na aproximação entre a instituição e a sociedade.

Nos últimos vinte anos, são verificadas mudanças significativas nas relações entre o Senado e a sociedade a partir do amadurecimento da estrutura de comunicação do Senado Federal, conhecida como Secretaria Especial de Comunicação Social. O Sistema de Comunicação do Senado Federal tem avançado o propósito de prover a instituição de um canal próprio de comunicação e promover a aproximação entre a Casa e a sociedade.

O Projeto de Visita Institucional encontra-se inserido numa predisposição do Estado para cumprir seu dever de fornecer informações transparentes e dinamicamente como um dos caminhos para a democratização da informação.

A mudança de opinião dos visitantes pode estar fundamentada nas informações recebidas durante a visita, uma vez que as pessoas têm a oportunidade de rever alguns conceitos e preconceitos a partir da distinção entre a atuação dos parlamentares, cidadania, sobre a instituição propriamente dita e princi-

palmente sobre a responsabilidade individual de cada cidadão na composição do Parlamento brasileiro. Seu caráter pode ser considerado peculiar, único e especial na medida em que o contato com o cidadão não tem intermediação, como no caso dos demais veículos que fazem parte da estrutura de Comunicação da Casa, a Secretaria Especial de Comunicação Social. Como parte dessa estrutura, o projeto tem procurado cumprir o seu dever de fornecer informações as mais confiáveis.

Desde a década de 1980, a atuação dos veículos de comunicação do Senado Federal, mesmo que de maneira incipiente, sempre ocorreu. O Congresso Nacional procurava cuidar do registro das ações políticas e legislativas, ainda sob o formato de atas. Aparentemente, as atitudes nesta área, anteriores ao processo de redemocratização do país, se não eram impeditivas do acesso do cidadão às informações, também não denotavam interesse particular pelo assunto, era uma atitude de maior passividade frente à necessidade, sendo apenas o início de um longo processo de construção da imagem da instituição.

A estrutura de Comunicação Social do Senado Federal possibilita o acesso do cidadão às informações por intermédio dos vários canais disponibilizados.

A partir de agora, será ressaltado sobre cada via de acesso desta estrutura para posteriormente retornar à Secretaria de Relações Públicas e ao Projeto de visita e sua contribuição para a construção da imagem positiva do Parlamento Brasileiro:

### **3.1 Agência Senado**

Criada, em 1995, a Agência Senado está voltada, fundamentalmente, à geração e difusão gratuita, pela *Internet*, de notícias, informações e imagens de interesse público, relacionadas às atividades do Senado e do Congresso Nacional, fornecendo material para diversos veículos, por meio de listas de assinaturas, disponibilizando *on line* matérias e notas das atividades legislativas do dia.

### **3.2 Jornal do Senado**

Circula em edição diária, de terça a sexta-feira no Distrito Federal e Entorno com informações sobre debates e decisões ocorridas no Senado; e semanal, publicada às segundas-feiras com reportagens especiais e matérias de serviço

e distribuída a assinantes de todo Brasil. Há, ainda, uma versão eletrônica ([www.senado.gov.br/jornal](http://www.senado.gov.br/jornal)) e uma *newsletter*, com os principais títulos, cujos *links* permitem a leitura, na íntegra, de todas as matérias na *Internet* e o acesso a arquivos de áudio produzidos pela Rádio Senado e vídeos da TV Senado. Tem uma tiragem diária de aproximadamente 40 mil exemplares, distribuídos pela Casa, para órgãos públicos dos três poderes e outras entidades da sociedade. O jornal é distribuído para todos os órgãos públicos das três instâncias do poder e para as entidades da sociedade civil organizada.

### 3.3 Rádio Senado

Tem como atividade prioritária a transmissão ao vivo das sessões do Senado Federal e a divulgação das atividades concernentes ao Senado, incluindo as ações da Presidência e dos Senadores. Fornece matérias por Ondas Curtas para as regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste e, em Frequência Modulada, atinge um raio de até 150 quilômetros dentro da Capital Federal. Transmite, ainda, notícias e programação cultural para cerca de 300 emissoras do país.

### 3.4 TV Senado

Tem a maior cobertura ao vivo dos trabalhos legislativos brasileiros. Na TV Senado, acompanham-se na íntegra todas as sessões do Plenário e as reuniões das Comissões permanentes e temporárias do Senado Federal. Sua programação é transmitida via cabo ou via satélite, e atinge cerca de 12 milhões de pessoas. Tem a maior cobertura ao vivo dos trabalhos do legislativo brasileiro. Essa cobertura transparente, isenta e imparcial é reforçada pelos programas produzidos com informações, reportagens, entrevistas e debates, além de interprogramas de serviço e educativos direcionados ao cidadão.

### 3.5 Projetos Especiais

A Subsecretaria de Projetos Especiais comanda um conjunto de atividades, subsidiando o trabalho das demais áreas da Secretaria de Comunicação Social.

### 3.6 Pesquisa e Opinião Pública

A Secretaria de Pesquisa e Opinião Pública, parte integrante do sistema de Comunicação do Senado Federal, tem entre seus objetivos oferecer canais

de comunicação para a sociedade expressar sua opinião sobre os assuntos legislativos desenvolvidos no Senado Federal; aferir a opinião pública sobre assuntos de interesse da instituição e analisar as matérias jornalísticas da mídia impressa que abordam o Senado Federal e seus membros.

### **3.7 Divulgação e Integração**

A Subsecretaria de Divulgação e Integração foi criada para ser um elo entre as mídias – jornais, revistas, rádios, televisões e *Internet* – e o Senado Federal. Atua junto com a Subsecretaria de projetos especiais (Supres), respondendo pelo credenciamento de jornalistas e pessoal da imprensa.

### **3.8 Secretaria de Relações Públicas**

Compete à Secretaria de Relações Públicas desenvolver e apoiar ações que visem à aproximação do cidadão do Senado Federal, promovendo a transparência e a divulgação das atividades legislativas e institucionais da Casa, consultoria de Relações Públicas, organização de eventos oficiais e institucionais, atendimento ao cidadão, programas de comunicação institucional e o Projeto de Visita Institucional. Juntamente com a Rádio, a TV, a Agência, o Jornal e os demais veículos da Secretaria Especial de Comunicação Social, a Secretaria de Relações Públicas visa à integração e à interação entre o cidadão e esta Casa Legislativa. Responsável pelo planejamento e organização dos vários eventos oficiais e institucionais realizados no Senado Federal, como Sessões Solenes e Especiais, Cerimônias Comemorativas e Homenagens, Posses, Exposições, Palestras, Lançamento de Livros, entre outros, orientando gabinetes e demais setores da Casa na organização e realização de eventos de caráter institucional.

Com a implantação desses meios, o trabalho realizado pelos parlamentares tornou-se mais transparente, assim como a sua função. O trabalho da Secretaria Especial de Comunicação Social envolve ações de vários veículos que buscam alcançar um objetivo comum, ao fornecerem informações sobre o parlamento brasileiro que tendem a tornar a Opinião Pública mais favorável.

Sobre as ações da Secretaria de Relações Públicas, destaca-se a ferramenta mais preciosa: o projeto de Visita Institucional, consistindo numa visita às instalações do Senado, incluindo a sala de sessões plenárias, passando pelo

acesso às Comissões e “plenarinho”, oportunidade em que são fornecidas informações sobre a composição e prerrogativas desta Casa Legislativa.

São recebidos no Salão Negro, não só visitantes do mundo inteiro, mas cidadãos de todas as regiões do Brasil, estudantes de escolas públicas e privadas, universitários, grupos de estrangeiros bem como grupos especiais, como parlamentares estrangeiros, diplomatas, políticos e militares. Com esta ação específica, procura-se atender aos diversos públicos e ao melhoramento do relacionamento entre o Senado e o cidadão e à conquista não só da credibilidade da instituição, mas também ao fato de levar a uma reflexão sobre a participação do cidadão no processo democrático.

A Secretaria de Relações Públicas, por meio desse Projeto, tem procurado fazer o indivíduo comum se sentir mais participativo, sendo a porta para esta interação a abertura da instituição para a sociedade, ao se tornar mais próxima e acessível, sendo possível a promoção do entendimento e do diálogo.

### ***3.8.1 O Projeto de Visita Institucional***

Segundo Sílvia Odone (2008), coordenadora do projeto de visita institucional ao Congresso Nacional pelo Senado Federal, o Projeto de visita institucional tem como característica principal a abertura e a exposição dos principais pontos do Palácio, onde estão localizados o Senado Federal e a Câmara dos Deputados. Além de promover a cidadania, essas visitas – integrando as duas Instituições que compõem o Congresso Nacional – propiciam aos visitantes uma visão mais acurada do papel político e do Poder Legislativo, especialmente em âmbito federal.

A respeito da trajetória, de acordo com Sílvia (2008), a partir de 1996, o Projeto “Visite o Senado”, sucessor do “*Tour do Senado*”, que funcionava há cerca de 10 anos, foi reformulado e ampliado pela então Coordenação de Relações Públicas. Com o ingresso, no início de 1998, de novos profissionais aprovados em concurso público, foi instituída, ainda em 1998, a Comissão de *Tour* de Finais de Semana, incluindo, no mesmo grupo, os funcionários que seriam responsáveis pelas visitas ao Museu do Senado.

Ainda de acordo com a coordenadora (2008), em 1996, a Câmara dos Deputados passou a abrir suas portas, todos os dias, atendendo em princípio

apenas à demanda espontânea de quem procurava o Palácio do Congresso Nacional. Em 1998, sob a coordenação de profissionais de Relações Públicas e uma equipe multidisciplinar, o Serviço de Atendimento ao Público e Visita Institucional passa a trabalhar de forma planejada, antecipando-se às necessidades dos públicos.

Em 2000, foi criada uma Comissão Especial para cuidar exclusivamente da visita ao Museu do Senado nos finais de semana. Desde então, o Museu deixou de integrar o roteiro tradicional da visita. Em dias de sessão no Plenário, há necessidade de se restringir o acesso de visitantes para assegurar o silêncio, visto as duas áreas serem contíguas. Atualmente, aos sábados, domingos e feriados, o Museu permanece aberto para o público conhecer – antes ou depois da visita integrada – o Salão Nobre do Senado, além das peças de arte e mobiliário das duas sedes anteriores da Instituição, ainda no Rio de Janeiro.

Sílvia (2008) acrescenta que a integração emergiu, em 2004, a fim de proporcionar uma visão mais abrangente das atividades do Poder Legislativo, agregando valores positivos à imagem de ambas as Casas. As visitas, gratuitas, são conduzidas por monitores de ambas as instituições durante o ano inteiro, em todos os dias da semana, inclusive nos feriados, funcionando também nos períodos de férias escolares.

Estudantes de todos os níveis de escolaridade, universitários de diversas áreas do conhecimento, oficiais militares e turistas nacionais e do exterior visitam o Congresso Nacional e recebem atendimento diferenciado, até mesmo em língua estrangeira. Além de informações sobre a arquitetura do Palácio e seu acervo artístico, os visitantes recebem noções básicas sobre o processo de elaboração das leis e informações sobre o trabalho dos parlamentares. Após as visitas, o público recebe material impresso sobre as duas Casas em português e em outros idiomas.

Para Sílvia (2008), a integração deste trabalho especializado de atendimento ao público proporcionou um incremento de mais de 100% no número de visitantes em 2004, em relação ao que cada instituição recebeu, separadamente, no ano anterior. Em 2004, o Palácio do Congresso Nacional recebeu 136.274 visitantes e, em 2005, foram 145.063 pessoas. Em 2006, foram mais de 161.000 visitantes e, no começo de 2007, 151.468, dos quais 40% procuram o Palácio do Congresso Nacional aos sábados, domingos e feriados.

Para o público infante-juvenil, Sílvia (2008) informa que o Senado Federal concebeu a cartilha “Eu Senadoro um Passeio”, produzido pelo cartunista Ziral-

do. Seu personagem principal, o Menino Maluquinho, mostra, de forma lúdica e didática, os espaços incluídos no roteiro das visitas, além de ensinar os fundamentos do processo legislativo e do dia-a-dia da Instituição. A cartilha ainda incentiva as crianças a conhecerem, pessoalmente, os Senadores de seus Estados, fazendo deste contato mais um elemento de aprendizagem cidadã.

Ações de Relações Públicas devem buscar a uniformidade no tratamento das informações, o funcionamento da Instituição e a importância do papel desta Casa Legislativa. O Projeto de visita está inserido dentre as várias atividades realizadas pela Secretaria de Relações Públicas e tem procurado somar e contribuir para a mudança da opinião dos que visitam esta Casa Legislativa. Nesse sentido, pode ser considerado o “cartão de visita” do Parlamento Brasileiro pelo seu papel importante, ao prestar informações sobre o funcionamento da Casa, como é composta, o papel que lhe cabe e, mais que isso, ao aproximar o cidadão comum desta Casa, antes tão distante do seu universo e aparentemente de difícil acesso. Quando o Congresso Nacional abre suas portas, faz valer o direito à informação no seu sentido mais amplo e o conseqüente acesso do cidadão a outros direitos fundamentais dele oriundos.

Esse contato direto com o público visitante, em especial com as escolas, pode ser considerado uma rara oportunidade de se construir uma imagem positiva desta instituição a partir do fornecimento de informações confiáveis sobre o funcionamento e prerrogativas desta Casa Legislativa. Este projeto possivelmente seja a maior ferramenta de comunicação que a Secretaria dispõe e uma boa oportunidade de se obter uma interação direta com o público visitante. Esta importante ação, associada a outras, soma para a construção, não só da credibilidade da instituição, mas da integração do cidadão ao Poder.



## IV – METODOLOGIA

O trabalho centrou-se na pesquisa de campo, em que foram elaborados **dois questionários, sendo um para os visitantes e outro para os guias, em três entrevistas** para coleta de opiniões, e em consulta bibliográfica que prestou-se apenas como apoio para elucidação de alguns conceitos uma vez que o tema é inédito e considerando que há ainda poucas fontes sobre o tema.

As entrevistas foram realizadas nos dias 8, 15 e 22 de setembro com o ex-secretário de turismo do Distrito Federal e Deputado Federal, Rodrigo Rollemberg; com o ex-diretor da Secretaria Especial de Comunicação Social do Senado Federal e Jornalista Fernando César Mesquita e com o atual diretor da Polícia do Senado Federal, Pedro Ricardo Araújo de Carvalho, respectivamente, que emitem opiniões favoráveis e desfavoráveis ao projeto a fim de se obter uma visão imparcial de como ele funciona.

Foram recebidos 180 questionários dos visitantes com seis perguntas, sendo cinco fechadas e uma aberta, além de 12 formulários dos respondidos pelos guias, contendo quatro indagações, sendo três fechadas e uma aberta.

Os questionários foram aplicados no período de 1º a 31 de julho de 2008, de segunda a sexta-feira, das 14 às 17h, no Salão Negro do Congresso Nacional, a três grupos, em média. A escolha do referido mês para a aplicação da pesquisa ocorreu no mês das férias escolares, oportunidade em que se verifica um aumento significativo do número de visitantes ao Congresso Nacional.



## V – ANÁLISE DE DADOS DA PESQUISA

A partir deste capítulo, serão apresentados os gráficos, a fim de avaliar o alcance desta pesquisa e demonstrar o seu efeito multiplicador.

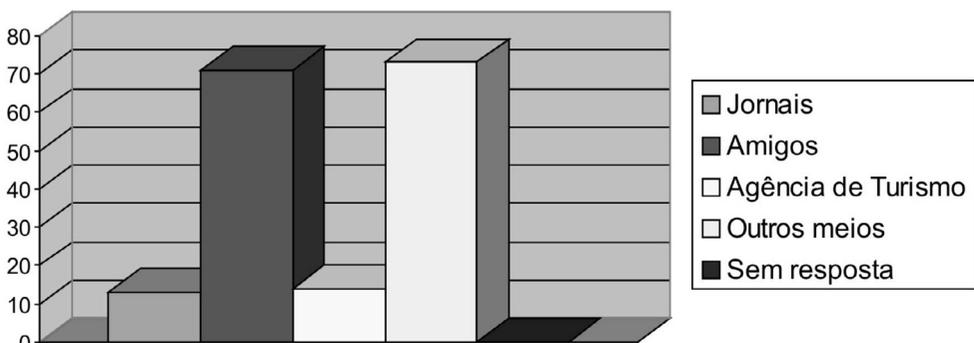
### Pesquisa com os visitantes

Foram distribuídos 15 questionários (formulários) por dia, nos cinco dias da semana, durante o mês de julho, a visitantes de várias faixas etárias, níveis de escolaridade e diferentes regiões do Brasil e do exterior. Destes formulários, cerca de 375, alguns eram devolvidos em branco, outros incompletos e muitos não devolvidos.

Havia um espaço para as perguntas fechadas e um espaço destinado a críticas e sugestões que foram aproveitados como depoimentos.

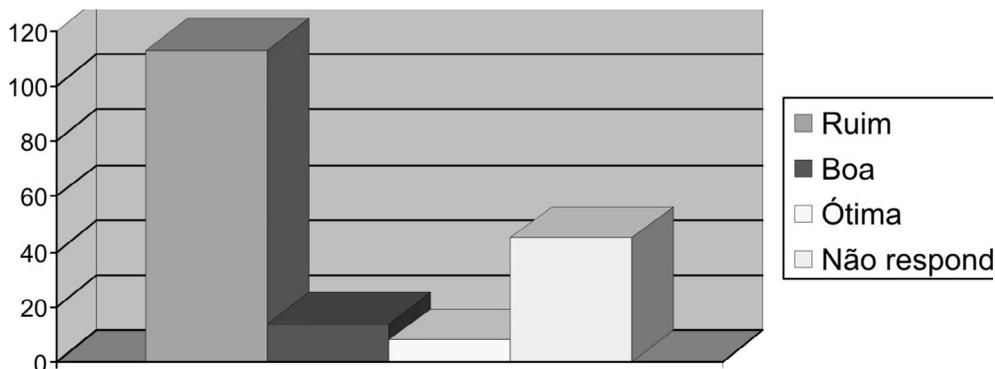
Existia certo incômodo por parte de alguns visitantes que não se sentiam à vontade para responder às perguntas, mesmo sendo opcional a identificação do entrevistado. Outros, entretanto, faziam questão de serem identificados e de deixarem suas críticas e sugestões.

### Gráfico 1 – Como tomou conhecimento desta visita?



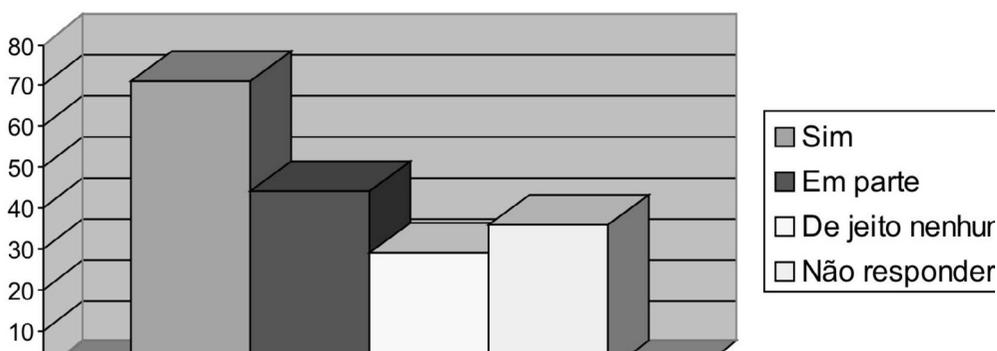
Com os jornais, 13 souberam desta visita; 71 por amigos; 14 por agência de turismo; 73, outros meios (incluindo iniciativa própria, balcão de informações do aeroporto, taxistas e outros ) e 9 não responderam.

**Gráfico 2 – Qual a sua opinião sobre o Legislativo Brasileiro antes de fazer a visita?**



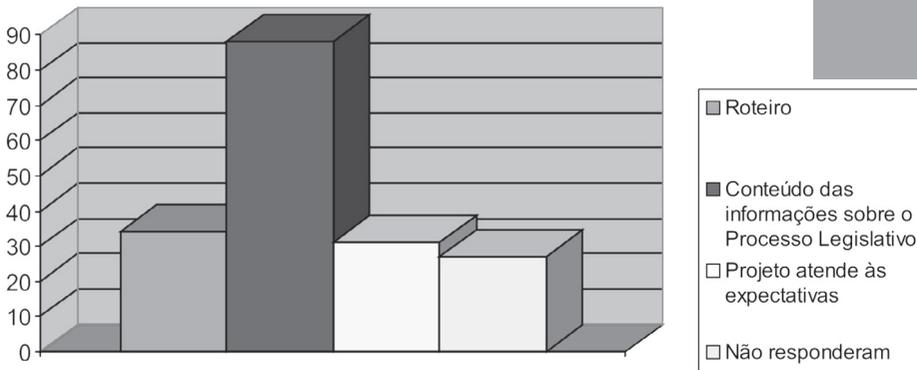
Antes da visita, 113 tinham uma imagem ruim do Legislativo; 14, boa; 8, ótima e 45 não responderam.

**Gráfico 3 – A visita contribui de que forma para a melhoria da imagem que tinha deste Parlamento?**



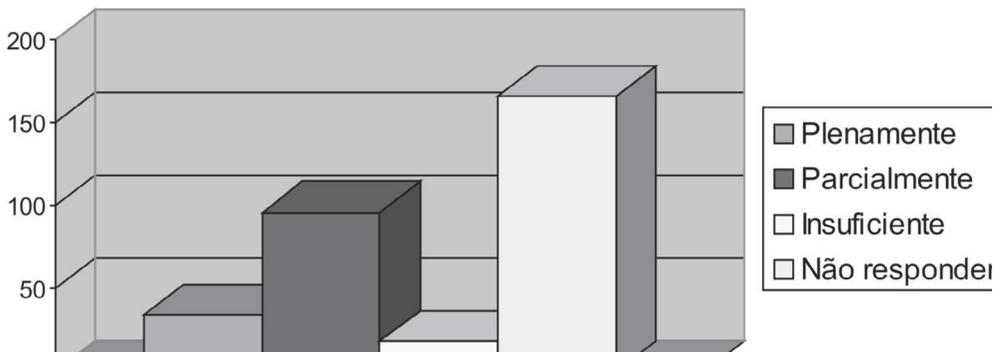
71 confirmavam que a visita contribui para a melhoria da imagem que tinham deste Parlamento; 44, em parte; 29, de jeito nenhum; e 41 não responderam.

**Gráfico 4 – Se fizesse mudança para se sentir mais interagido com o Parlamento, qual aspecto consideraria insatisfatório?**



Se fizesse mudança para se sentir mais interagido com o Parlamento, 34 fariam mudança quanto ao roteiro da visita; 88 gostariam de mais informações acerca do conteúdo das informações sobre o Processo Legislativo; 31 acharam que este projeto atende às expectativas e 27 não responderam.

**Gráfico 5 – Relativamente às informações sobre a composição, função e atuação do Parlamento, as suas expectativas foram atendidas e de que forma?**



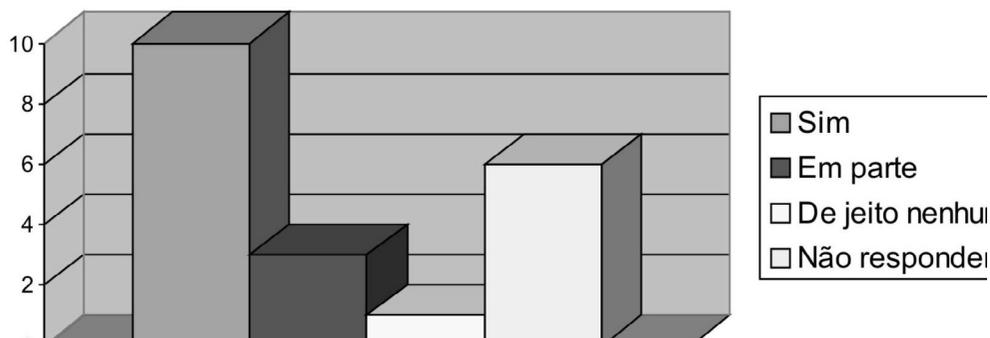
34 acharam que as informações da visita atendem plenamente as suas expectativas; 96, parcialmente; 18, insuficiente; e 32 não responderam.

## Pesquisa com os guias ou monitores

A pesquisa com os guias ou monitores foi feita no mesmo período, com o objetivo de averiguar o impacto da visita sob o ponto de vista dos que acompanham os grupos. Foram distribuídos cerca de 20 formulários dos quais 12 foram respondidos. Alguns monitores se sentiram muito à vontade para responderem e se identificaram, mesmo sendo opcional a identificação. Outros, preferiram não se identificar e alguns devolveram os formulários em branco.

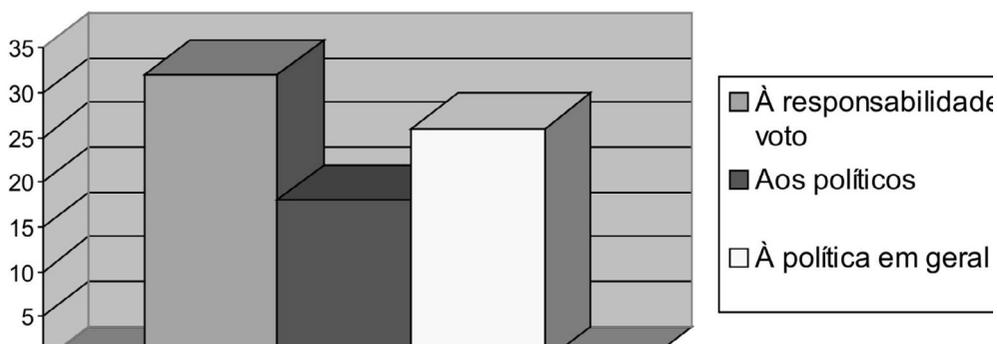
Quanto ao resultado da pesquisa com os vinte guias, segue abaixo:

### Gráfico 6 – A visita contribui de alguma forma para a melhoria da imagem que os grupos que você acompanha tinham antes de participar do Projeto?



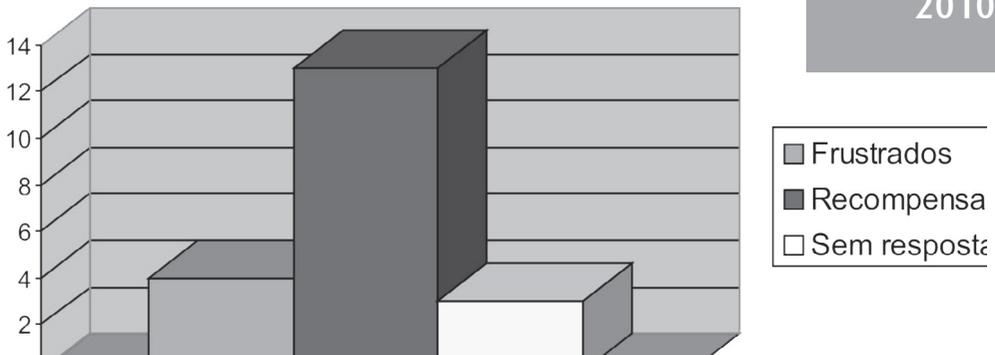
10 disseram que a visita contribui para a melhoria da imagem que os grupos guiados tinham antes de participar da visita; 3, em parte; 1, de jeito nenhum e 6 não responderam.

### Gráfico 7 – O que muda, ou seja, você percebe a mudança na opinião das pessoas em relação a que aspecto principalmente?



10 responderam que a mudança mais significativa é quanto à responsabilidade do voto; 4, aos políticos e 6, à política em geral.

### Gráfico 8 – Como você se sente no final de cada visita?

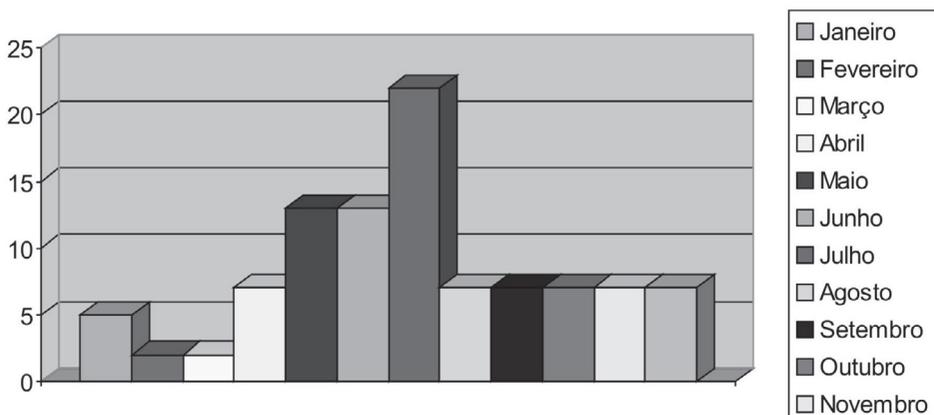


4 se sentem frustrados; 13, recompensados e 3 não responderam.

### Dados comparativos

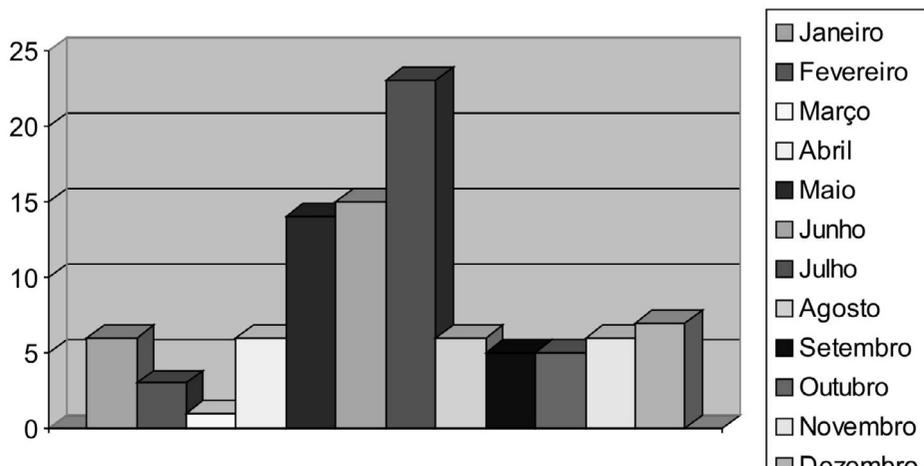
De acordo com os gráficos contendo dados referentes ao projeto fornecidos pela Chefe da Seção de Relações Institucionais da Câmara dos Deputados, Lídia Maria Ribeiro Covre, com o número de visitantes por ano e mês a mês, a partir de 2004, pode-se avaliar o alcance do projeto, bem como a sua importância e constatar que, durante o mês de julho, período das férias escolares, em todos os anos, foi verificado aumento significativo do número de visitantes desde 2004:

### Gráfico 9 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2004



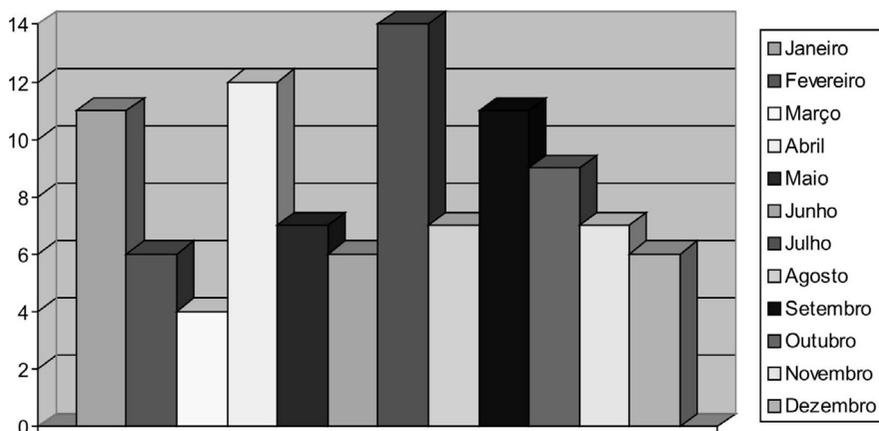
5% do total de visitantes foram, em janeiro de 2004, ao Congresso Nacional; 2%, em fevereiro; 2%, em março; 7%, em abril; 13%, em maio; 13%, também em junho; 22%, em julho; 7%, em agosto; 7%, em setembro; 7%, em outubro; 7%, em novembro e 7%, em dezembro.

**Gráfico 10 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2005**



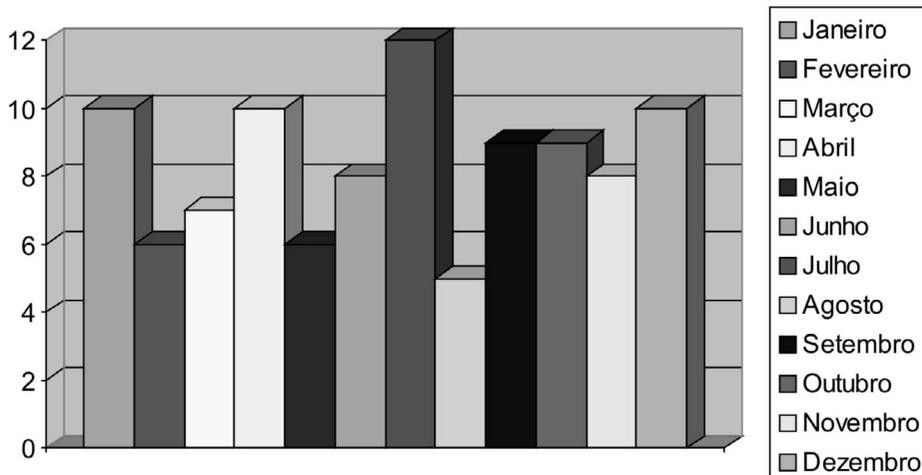
6% do total de visitantes foram, em janeiro de 2005, ao Congresso Nacional; 3%, em fevereiro; 1%, em março; 6%, em abril; 14%, em maio; 15%, em junho; 23%, em julho; 6%, em agosto; 5%, em setembro; 5%, em outubro; 6%, em novembro e 7%, em dezembro.

**Gráfico 11 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2006**



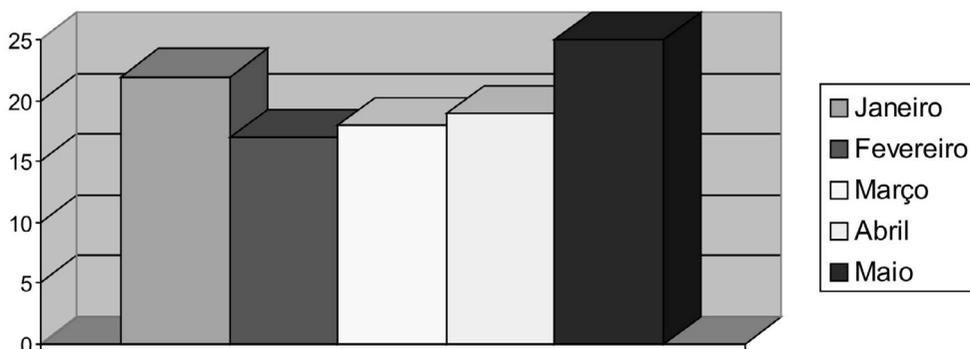
11% do total de visitantes foram, em janeiro de 2006, ao Congresso Nacional; 6%, em fevereiro; 4%, em março; 12%, em abril; 7%, em maio; 6%, em junho; 14%, em julho; 7%, em agosto; 11%, em setembro; 9%, em outubro; 7%, em novembro e 6%, em dezembro.

**Gráfico 12 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2007**



10% do total de visitantes foram, em janeiro de 2007, ao Congresso Nacional; 6%, em fevereiro; 7%, em março; 10%, em abril; 6%, em maio; 8%, em junho; 12%, em julho; 5%, em agosto; 9%, em setembro; 9%, em outubro; 8%, em novembro e 10%, em dezembro.

**Gráfico 13 – Quantidade de visitantes (%) no Congresso Nacional em 2008**



22% do total de visitantes foram, em janeiro de 2008, ao Congresso Nacional; 17%, em fevereiro; 18%, em março; 19%, em abril; e 25%, em maio.

## DEPOIMENTOS DOS VISITANTES

A seguir, alguns depoimentos de visitantes colhidos no mesmo formulário aplicado. O objetivo de se mostrar estas frases é complementar as impressões do público visitante e averiguar o que poderia ser feito para o seu aprimoramento.

Foram escolhidos os depoimentos mais importantes:

### **Deixe sua crítica, comentário e sugestão sobre o Projeto de visita institucional**

“Seria interessante a distribuição de *folders* contendo mais informações sobre ciência política no que diz respeito ao Congresso.”

“Continuem e aprimorem as informações. Parabéns pela iniciativa.”

“Excelente o projeto de visita, pois esclarece ao público como funciona o Parlamento.”

“Sugiro mais guias.”

“Se faz necessário que as pessoas conheçam com mais detalhes dentro das salas, como funciona cada estrutura.”

“Muito superficial, mais informações sobre o Legislativo.”

“Em geral satisfatória, mas carência de melhores explicações.”

“As informações sobre o espaço físico foi bem explicado. Sobre os políticos, pode ser melhorado.”

“Muito válida a visita, pois as pessoas precisam conhecer pessoalmente o local onde são tomadas as decisões relativa às vidas dos brasileiros.”

“Gostaria que deputados e senadores fossem mais honestos e olhassem mais as escolas e a saúde.”

“Pessoal acolhedor, atento. Pouca informação.”

“O acesso ao plenário é ruim e a falta de deputados uma decepção.”

“Deputado falando para ninguém, melhor não falar.”

“É preciso que os deputados estejam no plenário.”

“Para mim foi uma decepção na época das eleições tanto os deputados quanto os senadores prometem ao povo tudo e para visitá-los é uma burocracia, é um mau exemplo para os eleitores brasileiros.”

“Deveria haver outros ambientes no roteiro.”

“Os parlamentares não fazem nada.”

“Não vejo como a visita poderá melhorar a imagem do Parlamento.”

“Um grupo com menor número de pessoas seria muito melhor aproveitado para o entendimento das explicações.”

“Gostaria de maior tempo de visita com mais detalhes sobre as funções dos parlamentares e do Congresso Nacional.”

“Para um esclarecimento mais amplo, o tempo de visita é pequeno e gostaria de saber mais sobre aspectos da história do Parlamento. Mesmo assim, foi interessante, mas gostaria de voltar.”

“Aos meus 55 anos, pela primeira vez, me senti brasileiro nato. Luiz Antônio Tremados, Ribeirão Preto, São Paulo.”

“Não tinha ainda opinião formada sobre o assunto.”

“Gostaria de conhecer um gabinete.”

“Diferenciar o roteiro da visita.”

“Os grupos devem ter número reduzido de pessoas.”

“Deveria haver um folder com o roteiro da visita e/ou dos tipos e opções de visitas.”

“Que o Presidente cumprisse as promessas feitas na época da campanha.”

## DEPOIMENTOS DOS GUIAS

Na seqüência, depoimentos também colhidos no formulário aplicado aos guias referente ao fato de haver algum fato significativo que merecesse ser registrado. Alguns responderam a esse item do formulário, complementando as impressões vistas por outro ângulo, ou seja, por parte de quem acompanha os grupos e verificar as barreiras encontradas para a realização do trabalho.

### **Você teria alguma passagem que considera digna de registro ou que gostaria de relatar?**

“Depois de apresentar a parte interna das duas Casas, o plenário é a parte mais difícil. A maioria das vezes ele está vazio e mesmo quando se justifica

a ausência dos parlamentares eles vão embora desacreditando da política brasileira.”

“Já aconteceu duas vezes: Certa vez, uma mulher com uns 30 anos chorou durante a visita, perto das bandeiras, no Salão Azul. Ela estava muito emocionada de conhecer o Congresso. Outra vez foi um senhor de idade que se emocionou muito por conhecer o Congresso e disse que era tudo aquilo que ele esperava e que foi um sonho realizado.”

“Quando uma senhora fez um comentário sobre a importância da visita, mostrou para as pessoas a importância dos representantes e que as crianças deveriam conhecer o Congresso para terem desde cedo a consciência de tal responsabilidade.”

“A falta de informação do público de uma maneira geral em relação aos congressistas muitas vezes é agressiva com o trabalho. Informando como a Casa funciona muda o pensamento do público.”

“A ocasião em que deputados e senadores se apresentam aos visitantes, mostrando-se disponíveis para fotos e conversas rápidas além dos convites feitos para que visitem seus gabinetes. Em especial, me lembro do dia em que uma turma de alunos da 4ª série de uma escola de Taguatinga recepcionava os presidentes do Senado e Câmara, juntamente com o presidente do STF, no momento a juíza Ellen Greice, na entrada do Plenário do Senado, no início da sessão do Congresso Nacional. O fato foi importantíssimo para o entendimento dos alunos. A missão do profissional de Relações Públicas era mostrar aos visitantes a importância do poder legislativo para o Brasil, sem especificar o parlamentar em si. Cabe também a nós dizer aos cidadãos que representantes foram escolhidos de forma democrática mediante o voto e que, assim, nos tornar parcialmente responsáveis por tais decisões.”

## ENTREVISTAS

Este trabalho também incluiu a realização de entrevistas com o Deputado Federal Rodrigo Rollemberg, primeiro Secretário de Turismo do Distrito Federal do Governador Cristóvam Buarque e precursor do Turismo Cívico em Brasília, com o Jornalista Fernando César Mesquita, primeiro Diretor da Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal e fomentador do Projeto de Visita Institucional no Senado Federal, e finalmente com Pedro Ricardo Araújo de Carvalho, Diretor da Polícia do Senado Federal, responsável pela segurança

dos parlamentares e das instalações físicas da Casa e que tem uma visão diametralmente oposta daqueles que incentivam o projeto. O objetivo de ouvir estas pessoas foi colher opiniões distintas e divergentes para tornar possível avaliar, com imparcialidade, o Projeto sob o ponto de vista das Relações Públicas e as implicações do projeto na segurança dos Parlamentares. Diante dos resultados, vislumbrar caminhos sobre o Turismo Cívico, visita institucional e as perspectivas futuras do Projeto.

Na seqüência, alguns trechos relevantes da entrevista com o Deputado Federal Rodrigo Rollemberg a respeito do tema:

### **O futuro do Turismo Cívico nesta cidade**

“Eu acho que essa é uma das vocações mais importantes de Brasília, como cidade e como Capital Federal, eu vislumbro um futuro promissor com uma sensibilidade cada vez maior por parte do Governo do Distrito Federal, do Governo Federal e das Instituições representativas dos três poderes, vejo nisso uma alternativa de cidadania, de permitir um conhecimento maior das instituições brasileiras por parte dos estudantes de Brasília e de todo o Brasil e de pessoas de outros lugares do mundo e uma grande alternativa de geração de renda para o Distrito Federal seja na hotelaria, seja nos bares e restaurantes, seja na área de entretenimento e lazer em função do potencial de pessoas que deverão cada vez mais vir a Brasília fazer o turismo cívico.”

### **As novas posturas que a sociedade exige das instituições modernas**

“A sociedade brasileira exige cada vez mais transparência, sobretudo por parte das instituições públicas. Neste caso específico, existe a representação máxima dos 3 Poderes, ou seja, do Executivo, do Legislativo e do Judiciário e isso você só encontra em Brasília. Ao mesmo tempo em que você permite ao cidadão conhecer melhor estas instituições, ao conhecê-las melhor, estes cidadãos desmistificam a atuação destas instituições e percebem claramente a sua importância para a consolidação e o aperfeiçoamento da democracia e derrubam alguns mitos como por exemplo de que todos os parlamentares trabalham pouco.”

### **A importância da transparência na construção da imagem das instituições e os novos desafios**

“As instituições são as maiores beneficiadas, quem acompanha os trabalhos nas Comissões, no Plenário, sai daqui com outra imagem. Ela

contribui para aproximar os Poderes da população e para que a população perceba de fato qual é a importância daquele Poder dentro do processo democrático.”

## **Como conciliar a segurança e o acesso do cidadão ao Parlamento brasileiro**

“Não se pode prejudicar a milhares de brasileiros que querem vir conhecer o Senado brasileiro sem marcar ou estar acompanhado de um guia. Qualquer ato de desrespeito ao legislador, dentro do Parlamento Brasileiro, deve ser rigorosamente punido. Mas não a população que quer vir ao Parlamento de maneira ordeira e pacífica conhecer a Casa do Povo Brasileiro.”

## **A construção de uma imagem positiva do Parlamento brasileiro e a responsabilidade do voto**

“A pessoa mais informada passa a ser mais exigente com seu próprio voto. Desperta nela o interesse em acompanhar a atuação política de seu parlamentar e isso é extremamente positivo para o aperfeiçoamento do legislativo e para a aproximação deste Poder que é o Poder de maior contato com a população.”

## **Escolhas do cidadão mais informado**

“Quanto mais o cidadão tem informações sobre um determinado tema melhor possibilidade ele tem de se colocar diante desse tema, sobretudo no que se refere à política.”

## **As perspectivas da visita institucional**

“Eu considero da maior importância estratégica essa atividade e proponho um grande debate envolvendo os três Poderes para debater como aprimorar o Turismo Cívico em cidade e transformá-lo em uma iniciativa melhor para quem visita e melhor para a cidade em função de todo o potencial econômico e social gerado pela atividade.”

A seguir os principais trechos das entrevistas com o jornalista Fernando César Mesquita a respeito do tema:

### **A concepção do projeto de visita e o início da atividade no Senado Federal:**

“A concepção do Projeto de Visita foi para democratizar a informação. O Parlamento brasileiro sofre muito a ação erosiva e corrosiva da mídia. Não

é um problema brasileiro, é um problema Mundial. A mídia quer dar ao Parlamento o respaldo ou tirar o seu respaldo. A mídia quer julgar o Parlamento, quer referendar o voto que o eleitor deu ao Parlamento. A mídia é muito cáustica com o Congresso. E o Congresso normalmente não se comporta bem, tem muitos problemas.”

“Quando eu cheguei à Brasília eu fui ser repórter político no Congresso em 1963, eu era o mais jovem repórter e entendi que o Congresso sofria muito em função da desinformação e o nível do Congresso estava caindo cada vez mais. Então eu, quando fui chamado pelo Presidente Sarney para montar um Projeto de Comunicação, idealizar um projeto, eu apresentei esse projeto que previa uma estação de rádio, de TV, jornal, agência de notícias e a Relações Públicas, enfim, utilizar o que havia de mais moderno, atualizando o Congresso com a mídia. O Presidente Sarney submeteu isso a plenário e foi aprovado, então, começa o projeto. Foi tudo feito, tudo instalado. Havia uma reação da mídia porque a mídia queria ter o monopólio da informação, mas fomos aos poucos e hoje é uma coisa consagrada. Você já tem a Câmara, já tem o Judiciário, a Assembléia Legislativa, ou seja, você dá ao eleitor a oportunidade de ver diretamente quem é o seu representante e o que o seu representante está fazendo. A parte de Relações Públicas é integrada nesse todo. O Congresso e o Senado Federal era muito fechado entre nós e tivemos um trabalho muito grande de trazer as pessoas a visitarem o Senado Federal porque a burocracia do Senado achava que você ter visita sábado, domingo e feriado era um absurdo porque isso implicava ter segurança, ter recebendo extra de funcionário, muita complicação. Mas acabamos com o apoio do Senador Sarney quebrando isso e o Senado hoje tem visita todos os dias, sábado, domingos e feriados e criamos assim formas de melhorar o entendimento com as pessoas. Na época, tínhamos um “filmete” que antes das pessoas começarem a visita mostrava para elas o que era o Congresso Nacional, porque você ganhava tempo respondendo perguntas. Eu acredito que isso pode voltar a ser feito assim como uma pesquisa, não uma pesquisa longa mas uma pesquisa curta, o que a pessoa achou da visita. Eu acho importante que a pessoa venha, acompanhe, seja recebida, tenha contato, porque esse contato físico é muito importante.”

## O fortalecimento das instituições que se abrem para a sociedade

“Acredito no fortalecimento das instituições que se abrem porque hoje o cidadão mais do que nunca ele tem informação e ele quer participar e se ele não tiver a informação adequada, se ele não tiver uma orientação boa ou se ele não for muito esclarecido ele tende a ir por um caminho

que não é o ideal. Até hoje se fala que tem muito gente que prefere a ditadura à democracia.”

## **A preocupação das instituições modernas em dialogar com seus públicos**

“É preciso que haja realmente uma abertura das instituições para que as pessoas possam se interessar, participar, discutir, questionar. Eu acho valioso o trabalho que o Senado Federal fez, o trabalho pioneiro do Senado é um exemplo de como você pode começar a mudar essa mentalidade das pessoas. É claro que você tem toda a mídia fazendo matéria contra o Congresso. Hoje, se eu assistir uma sessão na Comissão do Senado, você vê que tem gente que entende do assunto, você ouve o discurso, você vê um discurso, você vê que a pessoa tem informação, não é só nepotismo defendendo interesse particular é defendendo interesse do Estado, da sociedade.”

## **Como conciliar segurança e acesso à instituição**

“Isso é muita comodidade do Serviço de Segurança e também uma condescendência da direção da Casa porque hoje você tem sistemas eletrônicos de segurança, você tem sistemas de identificação, a pessoa que entra lá tem que se identificar, ela tem que passar pelo controle eletrônico. Então você pode até ter um pouco mais de rigor nisso mas não pode impedir que as pessoas visitem o Congresso Nacional, porque no Congresso americano a segurança é muito rigorosa, não é qualquer pessoa entra lá, tem que passar pelo controle eletrônico. Em qualquer parlamento do mundo é assim.”

## **A importância da visita para a construção da imagem positiva do Legislativo**

“Uma coisa é a pessoa ver a instituição pela TV, outra coisa é ela ir lá, observar, ver o que o Senador está fazendo, é uma informação direta, isso é valioso.”

## **Poder e informação**

“Quem não tem informação acaba fazendo bobagem e aceitando teorias esdrúxulas por desinformação. A informação é primordial na sociedade democrática.”

## O futuro de projetos estratégicos como o de visita ao Parlamento Brasileiro

“Eu gostaria que esse trabalho fosse vitorioso sempre, que ele tivesse uma atenção maior dos dirigentes da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, sobretudo porque é muito bom para as pessoas terem idéia do que é o parlamento e voltarem para as suas cidades com uma informação melhor e na hora de escolherem os seus representantes terem mais atenção nos nomes que vão colocar na urna.”

Agora a entrevista com o Diretor da Polícia do Senado Federal, Pedro Araújo de Carvalho, cuja opinião é divergente da dos incentivadores do Projeto:

### O caminho para conciliar segurança com o acesso do cidadão à instituição

“Eu tenho uma visão um pouco diferente das Relações Públicas. Nos dias que tem sessão deliberativa e uma maior movimentação de parlamentares na Casa, eu acho que o acesso deveria ser mesmo restrito e só com agenda. Terças, quartas e quintas, ir no máximo ao Salão Negro, ao Salão Nobre e às galerias para as pessoas terem uma noção dos trabalhos dos parlamentares. Nas segundas e sextas-feiras, que normalmente não tem sessão deliberativa e o movimento de parlamentares é menor, poderia se estender um pouco mais a visita. Talvez assim a gente conseguisse administrar melhor esse problema. A Relações Públicas acha interessante a visita e, ao mesmo tempo, temos a preocupação com a segurança dos parlamentares e das pessoas que trabalham aqui.”

### A possibilidade de se investir num sistema eletrônico de identificação mais sofisticado e a respeito da colaboração dos parceiros como a Polícia do Senado para aprimorar o trabalho de identificação

“O que pode ser considerado um sistema mais moderno? Estamos nos modernizando, tentando adquirir equipamentos mais modernos, um controle de acesso melhor, mas a verdade é que não existe atentado quase nenhum aqui com objetos de armas de fogo, bomba, enfim, esse tipo de ocorrência é muito insignificante. Como é que você consegue bloquear a pessoa que entra normalmente e uma que vem visitar e começa a gritar, a fazer escândalo, a atentar contra o parlamentar? Não existem um sistema de segurança próprio para isso. A preocupação é esse contato que as pessoas têm com o parlamentar. Às vezes, as pes-

soas estão fazendo o tour, passam pelo parlamentar e vão em cima do parlamentar. Você não sabe qual a intenção da pessoa se apenas tirar uma foto ou agredir o parlamentar. A própria estrutura do Congresso é diferente dos demais. Aqui, onde as pessoas passam para fazer a visita, passam em frente ao parlamentar. O Presidente da Casa muitas vezes passa no meio de um grupo de visitantes. Então, a questão não é simplesmente adquirir equipamentos. Claro que você pode inibir determinadas situações mas e aquele que vem velado, que entra normalmente e começa a fazer escândalo?”

## **O acesso do cidadão ao Congresso Nacional de maneira pacífica**

“Quem garante que são pacíficas? Você garante? Tivemos uma situação gravíssima de uma tentativa de agressão ao Presidente ACM por professoras idosas porque ele não botou a matéria em votação. São pacíficas? Senhoras pacíficas que partiram para cima do presidente. O que as pessoas entendem é que toda vez que elas têm os seus direitos e as suas vontades questionados ou não concedidos elas viram manifestantes.”

## **A punição severa ao cidadão que infringe as normas de segurança**

“Mas o trabalho não pode ser apenas punitivo tem que ser preventivo. Não posso esperar acontecer. Eu tenho que tentar prevenir as possibilidades de invasão, de agressão, antes que aconteça. No parlamento americano o parlamentar não cruza com o visitante e lá me chamou a atenção o grande quantitativo de guias. O parlamento é diferente, é tudo conjugado, o plenário, os senadores transitam aqui dentro e são eles que reclamam: Eu não consigo andar aqui dentro, eu não consigo dar uma entrevista ou falar com as pessoas. “

## **O aprimoramento do projeto de visita**

“Hoje, o tour é praticamente feito por estagiários muitas vezes sem preparo. Outro problema é que as pessoas terminam a visita dentro do Congresso quando deveriam terminar no mesmo lugar do início da visita. O quantitativo de até 50 pessoas é razoável. Desde que se tenha dois questionários acompanhando o grupo. Deveriam ser dois questionários por grupo, um na retaguarda e outro na frente. Outra coisa que se tem que fazer é espaçar as visitas. O golpe para burlar o ato é que você põe 50, um atrás do outro. Daí você tem 200 pessoas aqui dentro (manifestantes). Não é trabalho acompanhar os grupos. A Polícia é para evitar problemas que estejam causando inconvenientes para o parlamento brasileiro. O tour tem que ser repensado. Não é simplesmente vamos abrir Vamos abrir? Vamos, mas o que a gente pode oferecer? Não adianta querer abraçar números. As pessoas estão muito preocupadas com números.

“Tivemos 200 mil pessoas aqui este ano.” E aí? Isso é interessante? Elas foram realmente atendidas? Elas realmente entenderam o que foi falado? A mensagem que vocês queriam passar foi passada? Outra questão é que, quando a Câmara solicita uma situação para o Senado, atendemos, mas a recíproca nem sempre é verdadeira. Se a visita é conjunta, tem que ser conjunta. Vamos fechar? Fecham-se as duas Casas. Vamos abrir? Abrem-se as duas também. Não é simplesmente querer fazer número. Parece que os números servem para justificar a existência de uma Diretoria ou de um Serviço. Não é isso mas dá essa impressão. Você não se torna imprescindível dessa forma.

Outra coisa é o traje, regimentalmente não pode entrar de bermuda, camiseta e chinelo de dedo durante a semana e a Relações Públicas não fala nada e é o meu pessoal que tem que falar.”

## O caminho do consenso

“Eu concordo que é muito fácil para eu simplesmente fechar. Para mim é ótimo porque facilita o meu trabalho. Para fazer esse trabalho, eu precisaria de muito mais gente do que eu tenho e vocês teriam que ter muito mais gente acompanhando. Tudo isso nunca vai impedir que as pessoas que querem fazer algazarra façam. As pessoas confundem democracia com bandalheira, com tumulto, com bagunça. Aqui dentro não é local para manifestações.

Se perguntarem para mim eu mando trancar. A preocupação é antagônica a de vocês. A visão de vocês é que as pessoas são todas boazinhas, comportadas. E eu volto a frisar, toda vez que elas vêm com um intuito e esse intuito não é alcançado elas se transformam em manifestantes, às vezes violentos. Não adianta querer abraçar o mundo. Que se abraçe o que o braço alcance. Tem que se repensar. Vamos sentar e conversar.”

## CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Com o resultado da pesquisa, foi possível observar a influência do Projeto na construção da imagem positiva do Parlamento Brasileiro a partir de sondagens que, ainda que não sejam absolutas, conseguiram demonstrar a influência das informações na mudança de postura do cidadão que visita a Casa:

Conseguiu-se responder ao problema a partir da aplicação de um questionário a visitantes e guias além de entrevistas e coleta de opiniões e de dados comparativos e quantitativos que puderam avaliar o funcionamento do Projeto,

o público atingido, o efeito multiplicador, como foi configurado originalmente, o papel estratégico dessa ferramenta de comunicação institucional e o fato de trabalhar a imagem da instituição.

Com o resultado da pesquisa feita com o público visitante e com os guias, da observação dos dados das gráficos, da análise dos depoimentos, foi possível fazer um diagnóstico do Projeto e, a partir da realidade atual, propor melhorias e sugerir novas possibilidades para o seu aprimoramento. As sugestões e proposições pretendem abranger aspectos tais como o funcionamento do Projeto, o público que está sendo atingido, o seu efeito multiplicador; o papel desta estratégia de Comunicação e como funciona e consegue trabalhar a imagem da instituição. Com esse apanhado, acredita-se ter um parecer mais claro que possibilita uma percepção e por conseguinte uma concepção mais precisa de dados que nos munície para o objetivo primordial de ações positivas de Relações Públicas, especificamente de como melhor utilizar esta importantíssima ferramenta de comunicação estratégica que é o Projeto de Visita Institucional.

### **Sobre as principais observações desta pesquisa, pode-se enumerar:**

1. Parte das pessoas vem ao parlamento por indicação de amigos ou por interesse próprio de onde se pode depreender o caráter multiplicador do projeto.
2. A maioria das pessoas possui uma imagem contaminada do parlamento brasileiro e parte significativa dessas pessoas modifica essa opinião depois da visita.
3. Muitas pessoas que visitam o parlamento querem mais informações sobre o processo legislativo.
4. Parte significativa do público visitante gostaria de conhecer mais profundamente como funciona o parlamento, indo às comissões e aos gabinetes dos parlamentares.
5. Parte das pessoas confundem os papéis dos 3 poderes, especialmente o Legislativo com o Executivo.
6. A maioria gostaria que a visita fosse aprimorada em relação às informações sobre o processo legislativo e ao roteiro da visita.

7. O projeto pode ser considerado um meio de alcance considerável, uma vez que as informações disponibilizadas podem atingir cidadãos de qualquer classe social, é uma fonte de informações a partir da qual poderá fazer seu próprio juízo, é simétrica, já que é uma via de duas mãos, é estratégica na medida em que engloba ações planejadas com objetivos e metas a serem alcançadas a longo e médio prazo, menos imediatistas e que tendem a ter uma eficácia maior.

8. O acesso às instalações pode ser feito com mais segurança e isso envolveria investimento num sistema eletrônico de identificação de visitantes mais moderno e que, ainda que não suprimisse todos os problemas de segurança, inibiria a intenção de vândalos que é a grande preocupação da Polícia do Senado Federal.

9. A restrição ao acesso pode implicar em comprometer o caráter multiplicador das informações obtidas durante a visita uma vez que a frustração pode gerar o desestímulo e o caráter multiplicador ao invés de positivo pode ser negativo. (efeito bumerangue)

10. O projeto tem simetria porque é um contato interpessoal.

11. O número de visitantes vem aumentando a cada ano e a tendência é que este turismo especializado seja mais procurado por parte da sociedade.

12. O Projeto atinge públicos diferenciados.

13. Um dos motivos que levam o cidadão a ter uma imagem contaminada do legislativo está relacionado ao desconhecimento por parte do cidadão das funções e prerrogativas do Parlamento.

14. O entendimento da responsabilidade que cabe à sociedade na composição do Parlamento e entender o seu funcionamento traz a consciência de que o Legislativo são vozes da sociedade.

15. A utilização dos meios deve estar comprometida com a idéia de transparência.

16. A consciência por parte do cidadão que o parlamento brasileiro nada mais é que o reflexo de escolhas feitas por eles próprios lhe confere poder assim como que para se ter parlamentares éticos antes de tudo tem-se que ter cidadãos éticos.

17. As informações disponibilizadas durante a visita e a possibilidade de vivência de uma sessão plenária, de entender como se tramita um Projeto de Lei e de saber como isso influi no dia a dia agrega um valor significativo ao processo de amadurecimento do processo democrático, proporcionando uma tomada de posição menos crítica e mais participativa por meio do voto responsável.

## POSSIBILIDADES A SEREM EXPLORADAS

A partir de todos os dados colhidos com visitantes e guias e com base nas percepções tanto das pesquisas quanto das entrevistas, existem possibilidades que ajudariam a sanar problemas com vistas a otimizar esta importante ferramenta de comunicação institucional:

1. Disponibilizar mais informações sobre o Processo Legislativo e esclarecer como se dá a aprovação das matérias (agregar informações sobre processo legislativo em folder informativo e banner ilustrativo em pontos a serem definidos) pode ser valioso assim como revitalizar o “filmete” informativo sobre processo legislativo em um espaço a ser definido.

2. Estabelecer uma parceria com a Consultoria Legislativa para realização de uma curta palestra em espaço a ser definido também bem como revitalizar uma pesquisa curta a ser preenchida após a visita.

3. Possibilitar o acesso a gabinetes e Comissões.

4. Oferecer roteiros diferenciados para grupos maiores e menores.

**A. Visita esperada- básica:** para grupos maiores Plenários e maquetes no Salão verde (solicitação feita por um agente de turismo).

**B. Visita simples – executiva:** plenários, salão verde, azul, ala das bandeiras, túnel do tempo, plenarinho para escolas e grupos com até 50 visitantes.

**C. Visita ampliada – algo mais:** para grupos menores opção de visita mais completa.

Hoje você não pode entrar uma comissão ou num gabinete com um grupo de 50 visitantes, mas poderia ir com 10, por exemplo. Plenários, salão verde a azul, ala das bandeiras, túnel do tempo, uma comissão temática, um gabinete de senador, plenarinho.

**D. Visita potencial–futuro:** além dos itens constantes da opção “C”, palestra com consultor legislativo e exibição de filmete com informações sobre o processo legislativo e parlamento brasileiro.

5. Elaborar um folder explicativo contendo informações sobre Processo Legislativo.

6. Disponibilizar o máximo de informações possíveis sobre o Parlamento brasileiro e sobre suas funções com a maior transparência possível. Caberá a cada um fazer o julgamento que achar correto.

### **Principais divergências entre as Relações Públicas e a Segurança Legislativa:**

1. RP: Considera que equipamentos mais modernos de identificação ajudariam na identificação de falsos visitantes

2. SL: Considera que não existe equipamento de segurança próprio que identifique o visitante do falso visitante

3. RP: Acredita que o público visitante está apenas querendo ter acesso ao Congresso Nacional de forma ordeira e pacífica

4. SL: Acredita que as pessoas quando têm seus direitos questionados viram manifestantes e inclui o público visitante neste universo

5. RP: Acredita que todo desrespeito ao parlamentar e ao parlamento deve ser rigorosamente punido

6. SL: Acredita que o trabalho não pode ser apenas punitivo mas preventivo e coloca que são os próprios parlamentares que reclamam do trânsito dos visitantes e do assédio de alguns

7. RP: Entende que apesar das limitações, procura trabalhar com pessoal preparado para o desempenho da tarefa

8. SL: Entende que o fato de o corpo técnico ser composto grande parte por estagiários estes não teriam o preparo necessário para a atividade

9. RP: Considera o razoável o número de visitantes (máximo de 50) e o intervalo das visitas

10. SL: Considera que o número de visitantes por grupo e o intervalo das visitas pode ser um golpe para burlar a norma e uma forma de concentrar em pouco tempo 200 manifestantes dentro do Congresso Nacional

11. RP: Acredita que o número crescente de visitantes é um movimento natural da sociedade mais interessada e participativa

12. SL: Acredita que não adianta receber um número crescente de visitantes se estes não estão sendo atendidos como deveriam

13. RP: Trabalha com uma equipe reduzida em função das dificuldades de contratação de pessoal especializado

14. SL: Também trabalha com uma equipe que não suportaria dar suporte ao trabalho da visitação mas concorda que para o número de visitantes por grupo deveriam ser dois guias conduzindo os grupos, um na frente e outro na retaguarda.

15. RP: Acredita que as instituições devem se abrir para seus públicos

16. SL: Acredita que seria muito mais fácil simplesmente fechar e acabar com a visitação

17. RP: Acredita no trabalho estratégico do projeto de visitação e no relacionamento que é feito por seu intermédio

18. SL: Acredita que as pessoas confundem democracia com bagunça e que o Congresso não é local para manifestações

19. RP: Acredita que as pessoas, até que provem o contrário, vem ao Congresso Nacional de forma pacífica

20. SL: Acredita que as pessoas que vem com um objetivo e esse objetivo não é alcançado elas se transformam em pessoas potencialmente violentas

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quanto mais informado o cidadão, mais apto estará para fazer escolhas mais acertadas. E isso poderá ser feito com o aprimoramento do Projeto a partir de um novo olhar para essa ferramenta de comunicação institucional de grande valor. O aprimoramento do projeto trará também benefícios para o Parlamento Brasileiro uma vez que, antes da criação dessa importante via de acesso, o Parlamento era uma Instituição fechada, bem diferente da situação atual na qual a implantação de meios que levam a informação à sociedade é possível tornar transparente o trabalho realizado pelos parlamentares.

Em se tratando do caminho da conciliação, o *marketing* engloba ações estratégicas e planejadas com o objetivo de ser aceito, de passar uma imagem positiva, de mostrar e demonstrar a personalidade e as características, as marcas registradas de uma pessoa, instituição ou produto. Entretanto, não se passa uma imagem positiva só parecendo positivo. Se não houver um valor real agregado, de nada adiantará as ações de *marketing* ou qualquer outra ação estratégica de Relações Públicas. Ações de Relações Públicas não se limitam à obtenção de resultados imediatos, porém visam alcançar um relacionamento. E este trabalho é feito a longo prazo. A visita não é apenas um produto, ela não se limita à obtenção de um resultado acabado, fechado, mas ao início de um relacionamento que deve ser retroalimentado.

Se houver uma visão sistêmica dos problemas que envolvem o projeto, as eventuais crises passam a ser encaradas como uma oportunidade de crescimento e, ao invés de restringir o acesso dos visitantes às instalações da Casa, pode-se aperfeiçoá-lo, com segurança, estendendo a visita às Comissões temáticas, cenário dos grandes debates da agenda, e a alguns gabinetes, a fim de mostrar à sociedade que o trabalho parlamentar não se restringe ao Plenário e que grande parte dele é realizado nas Comissões, algumas, inclusive, terminativas de feito, mais conhecidas como a Comissão de Constituição e Justiça, outras

nem tanto, mas não menos importantes onde grandes e importantes decisões que afetam o dia a dia são tomadas e normatizadas.

Com a adoção de atitudes como essa, tem-se a oportunidade de mostrar que o trabalho parlamentar tem suas bases e origem nos gabinetes dos parlamentares, muitos deles comprometidos com a responsabilidade que lhes é concedida pelo voto quando são eleitos.

Ainda sobre a visita aprimorada, tornar possível ao cidadão o acesso a um gabinete e a uma comissão temática dará a oportunidade de que seja feita uma reflexão sobre o fato de que a existência de um número significativo de políticos envolvidos em atitudes pouco éticas, com o uso indevido do patrimônio público e com falta de comprometimento com os interesses coletivos, não significa dizer que todos agem dessa forma. Esta consciência pode ser alcançada quando se mostra que existem políticos honestos e comprometidos com os interesses da coletividade.

Respondendo à indagação problemática: Qual a contribuição que o projeto de visita institucional confere à construção da imagem do Parlamento brasileiro, constatou-se que ele, de fato, contribui como sendo um importante caminho para facilitar o acesso do cidadão a informações confiáveis.

Enquanto a população não entender o processo de participação no qual ele também está inserido, ela não consegue identificá-la como positiva, nem entendê-la como primordial na sua rua, no seu bairro, na sua cidade, no seu país.

O Parlamento representa as vozes da sociedade na resolução dos problemas de um país com realidades tão diversas. Se cada cidadão, líder ou não, participar um pouco mais, certamente todos ganham, Governo e Sociedade.

Como comunicadores e formadores de opinião que somos, temos o poder de passar a informação de forma positiva e compromissada com a verdade. Por melhor que seja a estrutura de comunicação social da instituição para a qual se trabalha, não surtirá o efeito desejado de construção de uma imagem positiva se não estiver atrelada a informações confiáveis e transparentes.

Transparência pressupõe estar aberto às críticas. O compromisso deve estar focado na interação com as pessoas, no relacionamento e na coragem de fazer o seguinte questionamento: “No que se está falhando?” ou “No que se pode melhorar?” e ainda “O Congresso Nacional está sendo transparente?” ou “O que você gostaria de saber sobre o processo legislativo?”

O projeto de visitação contribui para a construção da imagem positiva do Parlamento brasileiro à medida que é um dos caminhos encontrados para facilitar o acesso do cidadão às informações confiáveis.

À proporção que se disponibiliza informação confiável, como ocorre com o Projeto de Visitação, contribui-se para que o cidadão fique mais informado, ciente, preparado e apto para fazer escolhas acertadas com consciência e responsabilidade que devem fazer parte da construção da cidadania de um povo.

O projeto de visitação institucional é mais uma ferramenta à disposição dessa construção.



## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Abelardo. *Discoteca do Chacrinha*. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 1972.
- DUARTE, Jorge. *Professor de Comunicação Social da disciplina Comunicação Pública*. Brasília: Unilegis, 2008.
- FERREIRA, Aluizio. *Direito à informação/direito à comunicação*. São Paulo: Celso Bastos Editor: Instituto de Direito Constitucional, 1997.
- GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- JEAN DARCY, NO SEMINÁRIO DO INSTITUTO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO, PARIS, 1970.
- ODONE, Sílvia. *Coordenadora de visitação institucional ao Congresso Nacional pelo Senado Federal*. Brasília: 2008.
- QUEIROZ, Antônio Augusto. *Como se fazem as leis*. Brasília: Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), 2003.
- SECRETARIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS. *Manual de eventos*. Brasília: Secretaria Especial de Editoração e Publicações/Senado Federal, 2004.
- SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. *Serviços de comunicação*. Brasília: Secretaria Especial de Editoração e Publicações/Senado Federal, 2006.
- VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.



## **APÊNDICE 1 – FORMULÁRIO AO VISITANTE**

### **1. Como tomou conhecimento da visita?**

1. Jornais
2. Amigos
3. Agência de Turismo
4. Outros meios

### **2. Qual a sua opinião sobre o Legislativo brasileiro antes de fazer a visita?**

1. Ruim
2. Boa
3. Ótima

### **3. Você acha que a visita contribui de que forma para a melhoria da imagem que tinha do parlamento?**

1. Sim
2. Em parte
3. De jeito nenhum

### **4. Se fosse fazer alguma mudança para se sentir mais interado com o Parlamento, qual aspecto considera insatisfatório?**

1. Roteiro da Visita

2. Conteúdo das informações sobre Processo Legislativo
3. Não faria nenhuma mudança, o Projeto atende às expectativas

**5. Relativamente às informações sobre a composição do Parlamento, sua função e atuação, você diria que as suas expectativas foram atendidas de que forma?**

1. Plenamente
2. Parcialmente
3. Insuficientemente

**6. Deixe sua crítica, comentário e sugestão sobre o Projeto de Visita Institucional:**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

## APÊNDICE 2 – FORMULÁRIO COM OS GUIAS

A fim de avaliar o alcance do projeto e seu impacto agora sob o ponto de vista dos que acompanham os visitantes:

**1. A visita contribui de alguma forma para a melhoria da imagem que os grupos que você acompanha tinham antes de participar do Projeto?**

- A) Sim
- B) Em parte
- C) De jeito nenhum

**2. O que muda, ou seja, você percebe a mudança na opinião das pessoas em relação a que aspecto principalmente? Liste de 1 a 3 pela ordem de importância:**

- Sobre os políticos
- Sobre a política em geral
- Sobre a responsabilidade do voto

**3. Como você se sente no final de cada visita?**

- A) Frustrado(a)
- B) Recompensado(a)

**4. Você teria alguma passagem que considera digna de registro ou que gostaria de relatar ou dar seu depoimento?**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----





SENADO FEDERAL



ISBN 978-85 7018-335-4



9 7 8 8 5 7 0 1 8 3 3 5 4